



Biznis.rs

PRIMERAK ZA PRETPLATNIKE

BROJ 37 - OKTOBAR 2024.

Marko Janković, predsednik
Komisije za hartije od vrednosti

**OČEKUJEM PRVU EMISIJU
KORPORATIVNIH
OBVEZNICA DO KRAJA
GODINE**

Vladimir Lučić,
generalni direktor Telekoma Srbija

**TELEKOM SRBIJA POSTAJE
MULTINACIONALNA
KOMPANIJA - I TAJ PROCES
JE NEPOVRATAN**

KLJUČNI EKONOMSKI I POLITIČKI
SPORAZUMI - OD EVROPE DO KINE

**KAKO STRATEŠKA
PARTNERSTVA
OBLIKUJU SRPSKU
EKONOMIJU**

ISSN 2787-3358



9 772787 335804 >



BOOKLAB

AGENCIJA ZA KNJIGOVODSTVO

Kralja Milutina 57/1/6

11000 Beograd

066 844 3000

office@booklab.rs

www.booklab.rs



OD REBALANSA BUDŽETA DO INVESTICIONOG KREDITNOG REJTINGA



**Marko
Andrejić**

glavni i odgovorni
urednik

Rejting agencija Standard and Poor's podigla je dugoročni državni rejting Srbije za jedan stepen više - sa neinvesticionog BB+ na investicioni BBB-, uz ocenu izgleda kao stabilnih. Rejting BBB-, najniži u grupi investicionih, znači da „obveznik ima adekvatan kapacitet da ispuni svoje finansijske obaveze, ali je verovatnije da će nepovoljni ekonomski uslovi ili promenljive okolnosti dovesti do oslabljenog kapaciteta”. Ipak, ovo je svakako dobra vest za srpsku privredu koja se sa investicionim rejtingom države može nadati jeftinijem zaduživanju kod domaćih i stranih kreditora, ali i za državu koja može očekivati veće interesovanje stranih investitora za dolazak na naše tržište.

Ključne kamate nastavljaju da idu silaznom putanjom, pošto su i Evropska centralna banka i američke Federalne rezerve, kao i Narodna banka Srbije, procenili da su inflatorni pritisci pod kontrolom i da postoji prostor za ublažavanje monetarne politike kroz smanjenje referentne kamatne stope. NBS prati međunarodno okruženje i geopolitičke rizike, ECB bi prema prognozama mogla da nastavi sa „popuštanjem kaiša” i na sledećem sastanku, dok dalje odluke Feda najviše zavise od ishoda američkih predsedničkih izbora zakazanih za početak novembra.

Evropske softverske kompanije strahuju da bi mogle još više da zaostanu za američkom konkurencijom zbog strože regulative EU u oblasti veštačke inteligencije. Zato su pojedine već digle svoj glas protiv „regulisanja tehnologije”, a kao glavni razlog navode to što u pogledu autorske zaštite u SAD važe nešto drugačija pravila nego u Evropi. Uredba o veštačkoj inteligenciji koju je donela EU velikim delom normira pitanje upotrebe i razvoja AI, pre svega modela koji se koriste u komercijalne svrhe.

U Beogradu je 8. oktobra održana treća Splet Tech konferencija, najveći regionalni događaj posvećen inovacijama. Interesovanje je i ovog puta bilo zaista veliko, a organizatori su naveli da je čak i premašen prošlogodišnji rekord od 2.500 posetilaca. U deset različitih sala MTS dvorane održano je više od 30 panela, radionica i prezentacija na kojima je oko 150 predstavnika startapa, etabliranih kompanija, institucija i potencijalnih investitora razmenilo iskustva, prikazalo dosadašnje rezultate i najavilo dalje korake. U fokusu su i ovog puta bili veštačka inteligencija, izvori finansiranja i internacionalizacija poslovanja.

Predsednik Komisije za hartije od vrednosti Republike Srbije Marko Janković optimistički najavljuje u intervjuu za naš oktobarski broj da bi prva emisija korporativnih obveznica na Beogradskoj berzi mogla da se dogodi već do kraja tekuće godine. On veruje da će dalje inovacije i razvoj novih proizvoda doprineti jačanju srpskog tržišta kapitala. Vladimir Lučić, generalni direktor Telekom Srbija, smatra da je proces širenja i izrastanja u multinacionalnu kompaniju nepovratan i navodi da su za 2025. godinu planirane investicije od najmanje 150 miliona evra. Takođe, tvrdi da je Telekom spreman da pokrije sve gradove u Srbiji 5G mrežom, čim bude raspisana aukcija za licence.

Sadržaj



22 INTERVJU

6 VESTI

16 PORESKI KALENDAR

14 TEMA BROJA

Kako strateška partnerstva oblikuju srpsku ekonomiju

22 INTERVJU

Marko Janković, predsednik Komisije za hartije od vrednosti

Očekujem prvu emisiju korporativnih obveznica do kraja godine

28 INTERVJU

Vladimir Lučić, generalni direktor Telekom Srbija

Telekom Srbija postaje multinacionalna kompanija - i taj proces je nepovratan

34 INTERVJU

Judit Albers, generalna direktorka A1 Srbija

Spremni smo da iskoristimo 5G tehnologiju

38 KOMPANIJE

Najveće prosečne plate u IT industriji i u Beogradu

45 BERZA

Micron – povratak otpisanih

47 KRIPTOVALUTE

There is no second best

49 E-COMMERCE

Xperience 2024: Digitalna transformacija i budućnost elektronske trgovine u regionu

50 DIGITALIZACIJA

Kako jedan papir usporava digitalizaciju broderske industrije

54 STARTAP

Srpski startapi moraju osvajati globalno tržište

58 HR

Da li se i u Srbiji zaposleni vraćaju u kancelarije?

60 NAUKA

Inovativna rešenja za monitoring kvaliteta rečne vode

64 TURIZAM

Turistička ponuda Srbije treba više da se okrene Evropi i zapadu



28 INTERVJU



34 INTERVJU

68 SVET
Krizna evropske auto-industrije

72 SVET
Crnogorsko maslinarstvo na raskrsnici

76 TRENDovi
Kafa za poneti - novi produžetak ruke



FOTOGRAFIJA NA NASLOVNOJ STRANICI:
FREEPIK

78 MARKETING
Bio jednom jedan preko potreban proizvod

82 ZANIMLJIVOSTI

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
Marija Jovanović
Milica Rilak

Saradnici

Tanja Kovačević
Ivana Tomić
Kristina Jerkov
Jana Vojnović
Nada Matić
Čedomir Savković
Vesna Živanović
Lektor
Mirjana Vasić Adžić
Dizajn i priprema za štampu
studio triD
Štampa
La Mantini d.o.o.
Sandžačka 9a
11000 Beograd

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Народна библиотека Србије,
Београд
330

BIZNIS.RS / glavni i odgovorni urednik
Marko Andrejić. - 2021, br. 1 (okt.) - . -
Beograd : Info Biznis.rs,
2021- (Beograd : La Mantini). - 30 cm
Mesečno.
ISSN 2787-3358 = Biznis.rs
COBISS.SR-ID 48289289

 **Biznis.rs**



FOTO: PIXABAY

SRBIJA DOBILA INVESTICIONI KREDITNI REJTING

Rejting agencija Standard and Poor's je podigla dugoročni državni rejting Srbije za jedan stepen više: sa neinvesticionog „BB+“, na investicioni „BBB-“. Izgledi Srbije su pritom ocenjeni kao stabilni.

Rejting „BBB-“, najniži u grupi investicionih, kako objašnjava Standard and Poor's, znači da „obveznik ima adekvatan kapacitet da ispuni svoje finansijske obaveze. Međutim, verovatnije je da će nepovoljni ekonomski uslovi ili promenljive okolnosti dovesti do oslabljenog kapaciteta obveznika da ih ispuni“.

Predsednik Srbije Aleksandar Vučić je ocenio u saopštenju da investicioni rejting koji je Srbija dobila prvi put u svojoj istoriji, znači da je „postigla značajnu prekretnicu u svom ekonomskom razvoju“, prenosi Beta.

Vučić predviđa da to vodi nižim troškovima finansiranja, većem pristupu međunarodnim tržištima kapitala i povećanom poverenju investitora što se odnosi i na državu i na domaće kompanije. Srbija je prva država Zapadnog Balkana i jedina koja je kandidat za prijem u Evropsku uniju koja ima investicioni rejting, naveo je on.

U PLANU IZGRADNJA 20 BIOGASNIH POSTROJENJA KOD PLANDIŠTA

Na teritoriji opštine Plandište u planu je izgradnja 20 međusobno nezavisnih

biogasnih postrojenja od po 999 kW za proizvodnju električne energije, vidi se iz urbanističkog projekta. Investitori su 20 kompanija pod zajedničkim imenom Biogas Technology, sa sedištem na istoj adresi u Vršcu, a svaka od njih nosi numeraciju od Biogas Technology One do Biogas Technology Twenty. Sve firme u vlasništvu su kompanije Midala Invest Group, piše eKapija.

Gradnja je planirana na teritoriji katastarske opštine Margita, na parcelama koje, kako se u dokumentu navodi, imaju status poljoprivrednog zemljišta. Ukupna površina obuhvaćena urbanističkim projektom je 22,3 hektara.

Svako biogasno postrojenje sadrži različite objekte u zavisnosti od njihovog raspona. Postrojenja od 1 do 5 obuhvataju fermentore, pumpne stanice, premiks sisteme i platoe za pripremu gasa, dok postrojenja od 6 do 10 uključuju objekte poput fermentora, pumpnih sistema, upravne zgrade, CHP jedinice i trafostanice. Postrojenja od 11 do 20 imaju sličan sastav kao i prva grupa, sa fermentorima, pumpnim stanicama i stanicama za pripremu gasa. Svi objekti u svim postrojenjima su slobodnostojeći, što omogućava nezavisan rad svake jedinice.

Cilj biogasnog postrojenja je proizvodnja električne energije koja se isporučuje u javnu mrežu, kao i korišćenje toplotne energije, koja nastaje kao prateći proizvod, za interne svrhe. Osnovni supstrat za proizvodnju biogasa biće

kukuruzna silaža, silaža raži i mleveno zrno kukuruza.

Kako se u UP navodi, vlasnik elektrane u svom vlasništvu poseduje i firmu AIWA doo, koja u potpunosti može da zadovolji potrebe postrojenja za kvalitetnim supstratom za rad. Biogasna postrojenja će imati potpisan sporazum sa firmom AIWA doo o isporuci sirovine za rad.

U procesu proizvodnje koristiće se ulazne sirovine poput kukuruzne silaže, silaže raži i kukuruzne prekrupе. Samo postrojenje je dizajnirano tako da obuhvata prijem i doziranje suvih substrata, kao što je kukuruzna silaža, i tečnog goveđeg đubriva. U procesu se nalaze pumpno-ventilske stanice koje omogućavaju fermentaciju, gde se proizvodi biogas.

Nakon toga, biogas se sagoreva radi proizvodnje električne i toplotne energije, a proizvedena električna energija se distribuira. Ostaci iz procesa skladište se i kasnije uklanjaju na efikasan način.

INOVACIONI FORUM SRBIJE I ŠVAJCARSKJE U BEOGRADU

Ministarka nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Jelena Begović najavila je da će u Beogradu 11. decembra biti održan inovacioni forum Srbija - Švajcarska „Pioniri sutrašnjice – zajedničke inovacije za održivu budućnost“. Begović je nakon sastanka sa ambasadoricom Švajcarske An Lugon-Mulan rekla da će na tom forumu učestvovati više od 30 govornika, dodajući da se do sada prijavilo više od 300 ljudi, prenelo je ministarstvo u saopštenju. Prema njenim rečima, na forumu će se razgovarati o naučno-tehnološkim parkovima, zaštiti intelektualne svojine i beogradskom BIO4 Kampusu.

- Biće potpisan i Memorandum o razumevanju između farmaceutske kompanije Novartis, koja je jedna od najvećih pet farmaceutskih kompanija na svetu sa izuzetno jakim inovacionom delatnošću i BIO4 Kampusu -- rekla je Begović.

Dodala je da je oko 220 srpskih kompanija na direktan ili indirektan način dobilo podršku od švajcarske vlade i da je zahvaljujući „Raising Stars“ projektu osnovano više od 100 novih startupova.

- Samo naš startup ekosistem je ostvario prihod od 42 miliona evra i time doprineo opet rastu naše ekonomije i naše budućnosti – navela je mi-

nistarka.

Ambasadorka Lugon-Mulan rekla je da njena zemlja već skoro deceniju podržava Srbiju u sektoru inovacija i nauke, dodajući da su naučno-tehnološke parkove u Beogradu, Nišu i Čačku podržali sa više od 4,5 miliona evra. Prema njenim rečima, Švajcarska je prepoznala potencijal Srbije, koji je „realnost inovacionog kapaciteta“ i zbog toga je odlučila da to partnerstvo podigne na još viši nivo.

- Zajednički forum za inovacije, sa fokusom upravo na kapacitete obe zemlje u smislu inovacija i nauke biće održan 11. decembra i okupiće ljude iz nauke, ekosistema inovacija, kao i privatnog sektora. Tako zapravo funkcioniše dobar ekosistem inovacija, jer okuplja zajedničke kapacitete i pomaže im da uče jedni od drugih i da ujedine snage – kazala je Lugon-Mulan.

POSKUPLJENJE GREJANJA U BEOGRADU

Direktor Centra za lokalnu samoupravu (CLS) Nikola Jovanović izjavio da

će Beograđanima u novembru stići još jedno poskupljenje grejanja „iako se ne pamte ovako blage zime.“

- Beograđanima u sistemu daljinskog grejanja će u novembru stići uvećan račun za grejanje za 8,9 odsto. Umestno dosadašnjih 132,8 dinara, plaćaće 144,6 po kvadratu, što je poskupljenje veće od 600 dinara po računu za prosečan stan – naveo je Jovanović u pisanoj izjavi, prenela je Beta.

Prema njegovim rečima, iako poslednjih godina ne pamtimo blaže zime, ovo je treće poskupljenje grejanja od januara 2023. godine.

- Sada su JKP Beogradske elektrane povećale cenu svojih usluga za 8,92 odsto, što je uvećanje od ukupno 20 odsto na računima za grejanje u poslednjih godinu i po – rekao je Jovanović.

NEMAČKA U RECESIJI

Nemačka vlada revidirala je na niže svoje prognoze ekonomskog rasta za ovu godinu i sada očekuje novu recesiju i pad BDP od 0,2 odsto u 2024, javio je

dnevnik Süddeutsche Zeitung, a prenela agencija Beta. Do sada je nemačka vlada prognozirala slabi rast od 0,3 odsto ove godine, ali su u međuvremenu isparile nade u oporavak podstaknut potrošnjom, piše nemački list.

Tako najveća evropska privreda očekuje recesiju, drugu godinu zaredom, posle pada BDP-a od 0,3 odsto u 2023. godini, izazvanog rastom cena energenata posle početka rata u Ukrajini, usporavanja industrijske proizvodnje i pada izvoza.

U 2024. godini slabljenje inflacije i prvo smanjenje kamatnih stopa od strane Evropske centralne banke dali su nadu da će biti oporavka, ali unutrašnja i spoljna tražnja ostale su slabe. Vodeći nemački ekonomski instituti revidirali su svoje prognoze rasta na niže 26. septembra, i sada očekuju da će BDP stagnirati, ili pasti za 0,1 odsto ove godine.

- Umesto uzleta, ekonomija je i dalje obeležena opštom uzdržanošću potrošača da troše – napisao je Süddeutsche Zeitung.

Nemačka se „takođe“ suočava sa strukturnim izazovima kao što je pove-



САМОСТАЛНИ СИНДИКАТ
ЕСТРАДНИХ УМЕТНИКА
И ИЗВОЂАЧА СРБИЈЕ



Dečanska 14, 11000 Beograd
011 323 92 60
sin.estradesrbije@gmail.com
www.sindikatestrade.org.rs



FOTO: BETA/AP

ćana konkurencija Kine, manjak kvalifikovane radne snage i kompleksna ekološka tranzicija. Nemačka vlada je ipak optimistična što se tiče izgleda za 2025. godinu. Ministarstvo privrede predviđa rast od 1,1 odsto iduće godine, u odnosu na jedan odsto koliko je očekivalo u prethodnim prognozama, zatim rast od 1,6 odsto u 2026. godini, piše nemački list.

Ekonomske instituti predviđaju privredni rast od 0,8 odsto u 2025. godini i 1,3 odsto u 2026. godini.

PREPOLOVLJEN RAST IZRAELSKOG BDP-A

Godinu dana nakon početka rata u Gazi ekonomija Izraela nalazi se pod značajnim pritiskom, ekonomski rast je ugrožen, a prognoze dugoročne štete mere se desetinama milijardi dolara. Banka Izraela ranije ove godine procenila je da će troškovi rata do kraja godine dostići oko 66 milijardi dolara. To je ekvivalentno oko 12 odsto izraelskog BDP-a.

Pre napada Hamasa na Izrael 7. oktobra prošle godine, Međunarodni monetarni fond predviđao je rast izraelske ekonomije od 3,4 odsto u ovoj godini. Sada, ekonomske projekcije variraju od jedan do 1,9 procenata, a očekuje se i da će rast sledeće godine biti slabiji nego što se ranije predviđalo, prenosi CNN.

Izraelska centralna banka nije u mogućnosti da smanji kamatne stope kako bi oživela ekonomiju, jer inflacija raste, potpomognuta rastom plata i ogromnim

državnim troškovima za finansiranje rata. Istovremeno, libanska ekonomija, mogla bi se smanjiti do pet odsto ove godine zbog širenja rata na tu zemlju, prema proceni firme BMI, koja je u vlasništvu Fitch Solutions.

Sukob je doveo do udvostručenja izraelskog budžetskog deficita na osam sa četiri procenta pre rata. Državno zaduživanje je poraslo i postalo skuplje, jer investitori traže veće prinose za kupovinu izraelskih obveznica i drugih sredstava. Višestruko sniženje izraelskog kreditnog rejtinga agencija Fitch, Moody's i S&P verovatno će dodatno povećati troškove zaduživanja zemlje.

Da bi smanjila fiskalni deficit, vlada ne može računati na stabilan priliv poreskih prihoda od preduzeća, od kojih mnoga propadaju, dok su druga oprezna u vezi sa ulaganjem dok ne bude jasno koliko će rat trajati. Coface BDI, vodeća kompanija za poslovnu analitiku u Izraelu, procenjuje da će se ove godine zatvoriti 60.000 izraelskih firmi. Ministarstvo turizma Izraela procenilo je da je pad broja stranih turista doveo do gubitka prihoda od 4,9 milijardi dolara od početka rata.

Kada je reč o pojasu Gaze, prema proceni UN uklanjanje svih ruševina koštaće oko 1,2 milijarde dolara. UN procenjuje da je više od 163.000 zgrada u Gazi oštećeno ili uništeno, što je dve trećine svih predratnih građevina u ovoj palestinskoj enklavi. Procene organizacije pokazuju da se u Gazi trenutno nalazi 42 miliona tona otpada, a za čišćenje bi mo-

glo biti potrebno do 14 godina, prenosi Komersant.

Izrael je započeo vojnu operaciju u pojasu Gaze kao odgovor na napad boraca Hamasa na teritoriju Izraela 7. oktobra 2023. godine. Članovi te grupacije su oteli 253 Izraelca. Prema podacima palestinskog Ministarstva zdravlja, od početka sukoba u enklavi je poginulo više od 41.800 ljudi, a više od 97.100 je ranjeno.

MICROSOFT ULAŽE 4,3 MILIJARDE EVRA U DATA CENTAR U ITALIJI

Američki softverski div Microsoft najavio je 4,3 milijarde evra ulaganja u infrastrukturu za veštačku inteligenciju i upravljanje podacima u Italiji, u želji da formira središte za celi Mediteran i severnu Afriku. ItalyNorth svrstaće se u grupu najvećih Microsoftovih data centara u Evropi i biće data centar za Mediteran i severnu Afriku, naveli su iz kompanije, prenosi Mina, pozivajući se na Hrporfolio.

Najavljena ulaganja protegnuće se na period od dve godine. Predsednik Microsofta Bred Smit sastao se s italijanskom premijerkom Đorđom Meloni tim povodom. Rim je izrazio zadovoljstvo ulaganjem koje će ojačati digitalnu ulogu Italije na Mediteranu.

Meloni se sastala i sa direktorom američkog fonda BlackRock, Lerijem Finkom, kako bi razgovarali o mogućim ulaganjima u data centre i prateću energetska infrastrukturu. Tema razgovora bila su i moguća ulaganja u italijansku saobraćajnu infrastrukturu i druge strateške sektore, objavio je ured premijerke, ne navodeći pojedinosti. Sredinom septembra BlackRock je objavio da će s Microsoftom osnovati fond za ulaganja u data centre i energetske projekte za veštačku inteligenciju.

Fond Global AI Infrastructure Investment Partnership trebalo bi da proširi „lance snabdevanja“ za veštačku inteligenciju i osigura više električne energije. Glavni partner u fondu biće investiciona kompanija iz Abu Dabija MGX, a stručno znanje osiguraće američki proizvođač čipova Nvidia. Kompanije su navele da žele da razviju investicioni potencijal od 100 milijardi dolara, kada se uključi finansiranje duga, napominjući da će većina ulaganja biti usmerena u SAD, a ostatak u zemlje partnere.

INVESTIRAJTE U INTESA INVEST ALTERNATIVNI FOND

Ostvarite pravo na umanjenje poreza na
dohodak građana investiranjem u **INTESA INVEST
ALTERNATIVE** – otvoreni alternativni investicioni
fond sa javnom ponudom.



SAZNAJTE VIŠE



**INTESA
INVEST**

Company of **INTESA**  **SNIPAOLO**

www.intesainvest.rs

Napomena: Pre investiranja razmotrite ciljeve, rizike, naknade i troškove investicionog fonda.
Ovo obaveštenje je informativnog karaktera i kreirano je u promotivne svrhe.



Parunovačka 18 V, 37000 Kruševac, 037 422 328
headoffice@trayal.rs, www.trayal.rs



**AŠITNA SREDSTVA
I G.T.R.**



PNEUMATICI



**EKSPLOZIVI I
PIROTEHNIČKA SREDSTVA**

TURSKA SE NADA INFLACIJI ISPOD 20 ODDSTO 2025. GODINE

Turska cilja na smanjenje godišnje stope inflacije ispod 20 odsto sledeće godine i jednocifrene nivoe u 2026. godini, rekao je njen potpredsednik Dževdet Jilmaz. On je na sastanku sa poslovnim liderima u Istanbulu istakao da je neizvesnost najvažniji problem u privredi, ali da je Turska u periodu kada neizvesnost svodi na minimum, prenosi Anadolu Agency.

Turski statistički institut (TurkStat) saopštio je da je godišnja stopa inflacije u Turskoj u septembru iznosila 49,38 odsto, što je najniža stopa od jula 2023. Turska nastavlja da obezbeđuje predvidljivost, održivost i poverenje, istakao je Jilmaz i dodao da je ona zemlja u razvoju i trebalo bi da nastavi da raste.

On je napomenuo da je prosečna stopa rasta Turske bila 5,4 odsto tokom poslednje dve decenije, dok je stopa rasta iznosila 3,6 odsto za ceo svet.

Ističući da je deficit tekućeg računa sredinom prošle godine bio blizu 60 milijardi dolara, on je rekao da je trenutno ispod 20 milijardi dolara.

VOLKSWAGEN ZA SMANJENJE CARINA NA ELEKTRIČNA VOZILA IZ KINE

Izvršni direktor nemačkog proizvođača automobila Volkswagen, Oliver Blume, izjavio je da bi Evropska unija trebalo da razmotri prilagođavanje planiranih



FOTO: PIXABAY

carina na električna vozila proizvedena u Kini, kako bi se uzele u obzir investicije koje su napravljene u Evropi.

- Umesto kaznenih carina, ovo bi trebalo da se odnosi na međusobno priznavanje investicija. Oni koji investiraju, otvaraju radna mesta i sarađuju sa lokalnim kompanijama trebalo bi da imaju koristi kada su u pitanju carine – rekao je Blume u intervjuu za nedeljnik Bild am Sonntag, prenosi Reuters.

EU planira da nastavi sa uvođenjem carina na električna vozila iz Kine, saopštila je evropska izvršna vlast, iako je Nemačka zajedno sa svojim proizvođačima automobila odbacila ovu meru, što je ukazalo na razdor u vezi sa najvećim trgovinskim sporom sa Pekingom u po-

slednjih deset godina.

Predložene carine do 45 procenata na električna vozila proizvedena u Kini koštale bi proizvođače automobila dodatnih milijarde dolara za uvoz automobila u EU i predviđeno je da budu na snazi pet godina, počevši od narednog meseca.

EU, koja vodi trgovinsku politiku bloka, navela je da bi carine bile odgovor na nepravedne kineske subvencije, nakon jednogodišnje istrage o subvencijama. Komisija je, takođe, saopštila da će nastaviti razgovore sa Pekingom.

Blume je upozorio da postoji rizik da bi odmazda Kine u vidu carina mogla naštetiti evropskim proizvođačima automobila.



**УДРУЖЕЊЕ ВОДОВОДА И
КАНАЛИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ**

Теразије 23/4/417 11000 Београд
064/ 813 1431 011/ 344 8904
miroslava.hero@yahoo.com
www.udruzenjevodovoda.org

**ЗАШТИТА ИНТЕРЕСА
ПРЕДУЗЕЋА ВОДОВОДА И
КАНАЛИЗАЦИЈЕ**



The Allucent logo features a stylized yellow triangle to the left of the word "Allucent" in a bold, dark blue sans-serif font.

Allucent

Dorđa Stanojevića 14a
11070 Beograd, Novi Beograd
011 35 38 700
petar.turcinovic@allucent.com



**CLINICAL RESEARCH
MEDICINE RESEARCH
MEDICAL DEVICES RESEARCH**



PELFERNO

**TOPLINA UZ
ELEGANCIJU**

065/86-32-166
office@pelferno.com
www.pelferno.com



PORESKE OBAVEZE U OKTOBRU

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

7. oktobar

- Dostavljanje obaveštenja o zaključenim ugovorima o izvođenju estradnog programa zabavne i narodne muzike i drugih zabavnih programa u septembru, na Obrascu OZU.
- Dostavljanje izveštaja o izvršenju obaveze zapošljavanja osoba sa invaliditetom na Obrascu IOSI, za septembar i uplata sredstava.

10. oktobar

- Podnošenje poreske prijave na premije neživotnih osiguranja na Obrascu PP-PPNO i plaćanje poreza na premije neživotnih osiguranja za septembar.
- Podnošenje poreske prijave za porez na dodatu vrednost na Obrascu PPPDV i plaćanje PDV za mesec septembar od strane poreskog dužnika iz člana 10. Zakona o PDV.

15. oktobar

Plaćanje akontacije poreza i doprinosa na prihode od samostalne delatnosti za septembar

Plaćanje poreza na prihod od pružanja ugostiteljskih usluga za treći kvartal 2024. godine

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

Podnošenje poreske prijave o obračunatim doprinosima za obavezno socijalno osiguranje za osnivače, odnosno članove privrednog društva, na Obrascu PP OD-O i plaćanje doprinosa za obavezno socijalno osiguranje za mesec septembar

Podnošenje poreske prijave za porez na dodatu vrednost, na Obrascu PPPDV i plaćanje PDV za septembar

Podnošenje Obrasca PID PDV 1 za septembar ako je u tom mesecu ispunjen jedan od kriterijuma za sticanje



statusa obveznika PDV koji pretežno vrši promet dobara u inostranstvo

Podnošenje poreske prijave na Obrascu PPPDV i plaćanje PDV za treće tromesečje 2024. godine

Podnošenje Obrasca PID PDV 1 za treće tromesečje ako je obveznik u tom periodu ispunio jedan od kriterijuma za sticanje statusa obveznika PDV koji pretežno vrši promet dobara u inostranstvu

Plaćanje akontacije poreza na dobit pravnih lica za septembar

Plaćanje obračunate akcize za period od 16. do 30. septembra

Podnošenje poreske prijave za obračun akcize za septembar, na Obrascu PP OA

Podnošenje prijave o obračunu akcize na električnu energiju za krajnju potrošnju za septembar, na Obrascu PP OAEL i plaćanje akcize

30. oktobar

– Podnošenje poreske prijave na Obrascu PP OPO-K i plaćanje obaveze za prihode od ugovorene naknade od autorskih i srodnih prava i ugovorene naknade za izvršen rad na koje se porez plaća samooporezivanjem za treći kvartal 2024. godine

31. oktobar

– Podnošenje zahteva za paušalno oporezivanje za 2025. godinu.

– Podnošenje poreske prijave na Obrascu PPP-PD i plaćanje doprinosa za obavezno socijalno osiguranje, obračunatih na najnižu mesečnu osnovicu za obračun doprinosa, za neisplaćene zarade za septembar 2024.

– Plaćanje obračunate akcize za period od 1. do 15. oktobra.

KLJUČNI EKONOMSKI I POLITIČKI SPORAZUMI - OD EVROPE DO KINE

KAKO STRATEŠKA PARTNERSTVA OBLIKUJU SRPSKU EKONOMIJU

SRBIJA JE U PROTEKLIM 15 GODINA ZAKLJUČILA DEVET STRATEŠKIH PARTNERSTAVA, I TO SA „PRILIČNO RAZLIČITIM” ZEMLJAMA - OD EVROPSKIH POPUT ITALIJE, FRANCUSKE, GRČKE I MAĐARSKE, PA DO EGIPTA, RUSIJE, KINE, AZERBEJDŽANA I UJEDINJENIH ARAPSKIH EMIRATA. KOLIKO SU TAKVI SPORAZUMI UTICALI NA INVESTICIONE ODLUKE KOMANIJA IZ PARTNERSKIH ZEMALJA I DA LI SU NAŠIM PRIVREDNICIMA VAŽNIJI SPORAZUMI O SLOBODNOJ TRGOVINI NEGO ONI O STRATEŠKOJ SARADNJI

U poslednjih 15 godina naša zemlja zaključila je devet strateških partnerstava - od sporazuma sa Italijom i Francuskom, koji su i „najstariji”, do onih najsvežijih - sa Egiptom i Ujedinjenim Arapskim Emiratima. Osim ovih klasičnih sporazuma, Srbija je sa Sjedinjenim Američkim Državama (SAD) u septembru sklopila Sporazum o strateškoj saradnji u oblasti energetike, a samo mesec dana ranije sa Evropskom unijom (EU) je potpisan Memorandum o razumevanju o strateškom partnerstvu u oblasti održivih sirovina, lanaca vrednosti baterija i električnih vozila.

Oktobarsku temu meseca posvetili smo zato pitanjima sa kojim državama imamo strateška partnerstva, a sa kojima bi trebalo podići odnose na taj nivo u budućnosti, koliko su takvi sporazumi uticali na investicione odluke kompanija iz partnerskih zemalja i da li su našim privrednicima važniji sporazumi o slobodnoj trgovini nego oni o strateškoj saradnji.

Tokom 2023. godine u Srbiji je poslovalo čak 1.200 kompanija sa italijanskim kapitalom, koje su zaposlile 50.000 radnika i učestvovala sa 5,5 odsto u ukupnom bruto društvenom proizvodu (BDP). Sa 4,5 milijardi evra trgovinske razmene, Italija je treći komercijalni partner Srbije i uopšte, bilo da je reč o direktnim investicijama, kupovini ili snabdevanju, Italija je uvek prisutna, kaže za Biznis.rs Patrizio Dei Tos, predsednik Cofindustria Serbia, koja je predstavništvo konfederacije italijanske industrije u Srbiji.

Italija i Srbija su strateški partneri još od 2009. godine, pa ne iznenađuje da Dei Tos ističe da italijanski privrednici u Srbiji znaju da mogu da pronađu sistem institucija koji im pruža oslonac u poslovanju i prepoznaje stratešku ulogu investitora.

- Srbija se čak i u istorijski i politički najtežim trenucima uvek trudila da sačuva imidž zemlje koja vodi računa o investicijama i privredi, i zaista ima mnogo opština ili lokalnih vlasti koje kompanijama garantuju fiskalne povlastice, kreiranjem slobodnih zona, u cilju podsticanja kompanija da odaberu odgovarajuću zonu za poslovanje i razvoj - kaže naš sagovornik.

Osim Italije, još jedna evropska zemlja poslednjih meseci je u centru pažnje kada je reč o ekonomskoj saradnji -

Francuska. Iako je strateško partnerstvo sklopljeno još 2011. godine, čini se da je ostalo poznatije užem krugu privrednika nego najširoj javnosti - iako su rezultati saradnje više nego opipljivi.

- Značaj strateškog partnerstva između Francuske i Srbije za francuske privrednike je izuzetno veliki i ima dubok uticaj na ekonomsku saradnju obe zemlje. Ona je na visokom nivou, kako u političkom, tako i u ekonomskom smislu. Francuska je u poslednjih deset godina postala jedan od ključnih investitora u Srbiji, sa ukupnim ulaganjima koja premašuju dve milijarde evra, što je pozicionira među deset najvećih stranih investitora - ističe u razgovoru za Biznis.rs Sanja Ivanić, generalna direktorka Francusko-srpske privredne komore.

Prema njenoj oceni, pozitivan trend počeo je već 2012. godine, kada je Srbija postala kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, što je za francuske kompanije, koje su prirodno opreznije pri ulasku na nova tržišta, bio signal da razmotre i započnu poslovanje u Srbiji.

- Strateško partnerstvo između dve zemlje doprinosi ne samo povećanju investicija, već i jačanju bilateralnih trgovinskih odnosa, tehnološke razmene i transfera znanja. Francuske kompanije prepoznaju Srbiju kao atraktivno tržište sa povoljnim poslovnim okvirom, mladom i obrazovanom radnom snagom, i kao ključnu tačku povezivanja sa širim regionom Balkana, ali i sa Evropskom unijom - ističe Ivanić.

Opšti i posebni strateški partneri

Profesor Fakulteta političkih nauka u Beogradu Dragan Đukanović podseća da je Srbija u proteklih 15 godina zaključila devet strateških partnerstava, i to sa „prilično različitim” zemljama - od evropskih poput Italije, Francuske, Grčke i Mađarske, pa do Egipta, Rusije, Kine, Azerbejdžana i Ujedinjenih Arapskih Emirata. On smatra da je kod tih sporazuma ključno pitanje efikasnosti, a smatra da je naša zemlja u produbljivanju strateških partnerstava najdalje otišla sa Kinom, što je posebno potvrđeno tokom posete predsednika Si Đinpinga u maju ove godine.

- To su prilično raznolika partnerstva, pa neka od njih imaju, a neka nemaju gotovo nikakve efekte - ocenjuje u izjavi za Biznis.rs Dragan Đukanović, koji je i direktor Centra za spoljnu politiku.

- Sam instrument sporazuma o strateškom partnerstvu je upitan, gledano iz spoljnopoličke pozicije Srbije - kako možemo da imamo neku vrstu strateškog partnerstva sa toliko ekonomski i demografski različitim zemljama, a da ga nemamo sa vodećim zemljama na svetu? Sa SAD se takav sporazum dugo najavljuje, a nikada nije zaključen, kao ni sa Nemačkom, sa kojom imamo najintenzivnije odnose u ekonomskom smislu - ukazao je Đukanović.

Upravo su SAD i Nemačka „akteri” najnovijih sporazuma potpisanih u avgustu i septembru, ali to nisu klasična, već posebna strateška partnerstva.

Dragan Đukanović



FOTO: MEDIA CENTAR BEOGRAD



Bojan Stanić

Sa SAD je, kako je saopštio Ministarstvo spoljnih poslova, zaključen Sporazum o strateškoj saradnji u oblasti energetike, čime je Srbija napravila važan i odgovoran korak ka unapređenju svog partnerstva sa SAD i značajan iskorak ka osiguranju dugoročne energetske bezbednosti.

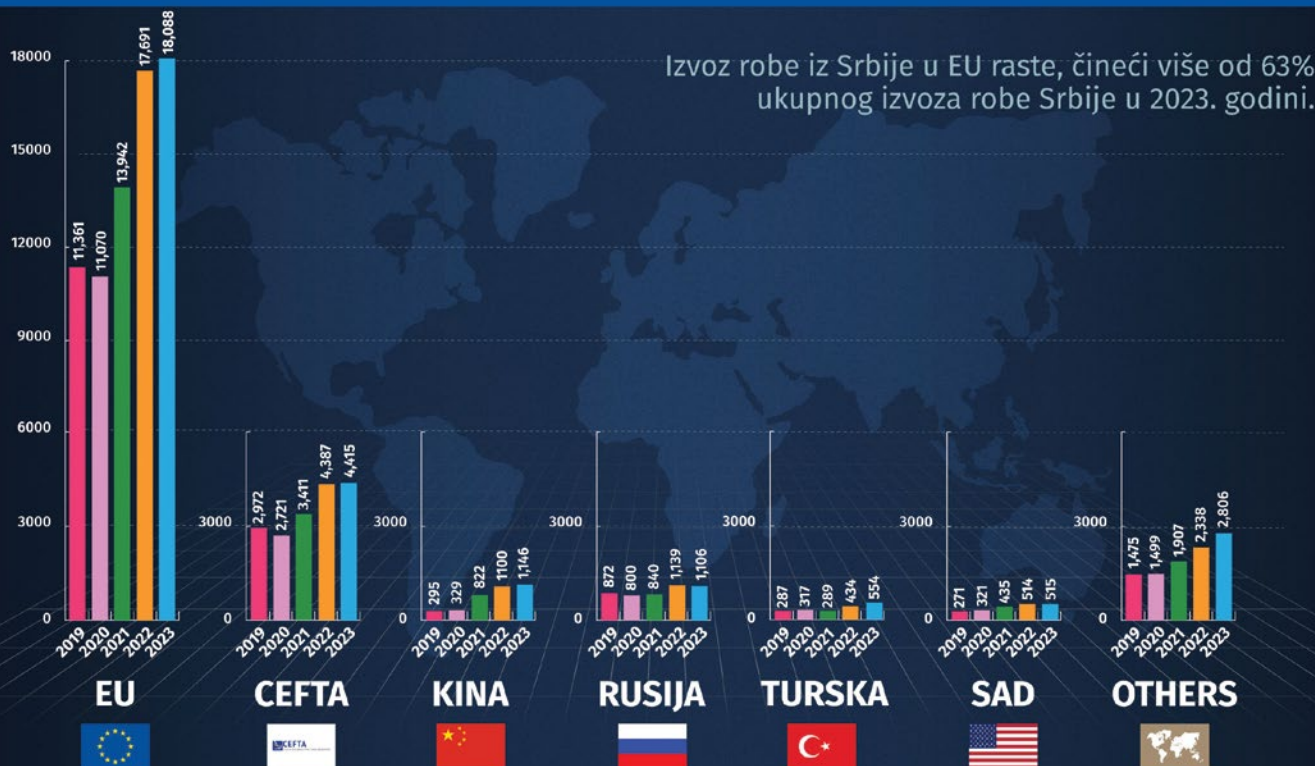
- Naša zemlja će u naredne dve decenije četiri puta uvećati potrošnju električne energije i nama treba partnerstvo sa industrijama, sa kompanijama, sa državama koje su u prethodnim decenijama uspešno povećale kapacitet svoje proizvodnje - istakao je ministar spoljnih poslova Marko Đurić nakon potpisivanja sporazuma.

Za sada je poznato da su američka podružnica kompanije Hyundai zajedno sa UGT Renewables odabrani za strateške partnere za izgradnju EPS-ovih solarnih elektrana, što je projekat čija je vrednost 2022. godine procenjena na 1,4 milijarde evra.

Sa druge strane, u julu je, u prisustvu nemačkog kancelara Olafa Šolca i predsednika Srbije Aleksandra Vučića, potpisan Memorandum o razumevanju izme-

FOTO: PKS

Ukupan izvoz Srbije (u milionima evra)



Izvor: Republički zavod za statistiku Srbije

đu Srbije i Evropske unije o strateškom partnerstvu u oblasti održivih sirovina, lanaca vrednosti baterija i električnih vozila. Taj dokument, kako je saopštila Vlada Srbije, predviđa pet pravaca delovanja: o saradnji na industrijskom nivou, o saradnji u oblasti istraživanja i inovacija, o implementaciji visokih ekoloških, socijalnih i upravljačkih standarda i praksi, o mobilizaciji finansijskih i investicionih instrumenata prema standardima EU, i o razvoju ljudskih resursa neophodnih za ostvarivanje svih segmenata ovog partnerstva.

Cilj Memoranduma je, kako je navedeno, razvoj međusobno korisnog strateškog partnerstva u oblasti održivih retkih sirovina, lanaca vrednosti baterija i električnih vozila, istovremeno jačajući integraciju Srbije na jedinstveno tržište EU i dalje jačanje njenog ekonomskog, socijalnog i ekološkog približavanja EU.

Dragan Đukanović, međutim, skreće pažnju da postoji razlika između sporazuma o strateškom partnerstvu i ovakvih „parcijalnih” sporazuma.

- Primera radi, sporazum sa SAD o energetici je deo složene slagalice koja treba da prethodi strateškom partnerstvu - objašnjava.

Šta partneri vide u Srbiji?

Srbija je, prema rečima Patrizia Dei Tosa, veoma interesantna zemlja za italijanske kompanije koje žele da se internacionalizuju.

- Namerno govorim o internacionalizaciji, a ne o delokalizaciji. U prošlosti smo bili svedoci procesa delokalizacije, odnosno premeštanja delova proizvodnje iz zemlje u kojoj se nalazila kompanija u drugu, gde su troškovi proizvodnje bili znatno niži. Danas su troškovi proizvodnje značajno porasli, problemi pronalaženja radne snage su svima zajednički, a standardi su postali ujednačeni - objašnjava predsednik Confindustria Serbia.

Rešenje je, kaže - internacionalizacija koja vam omogućava da kontrolišete kvalitet i imate kontinuitet lanaca snabdevanja, stvarajući dodatnu vrednost koja prevazilazi troškove radne snage.

- Danas nam svi pokazatelji govore da je Srbija zemlja u razvoju. BDP raste, odnos deficit/BDP se smanjuje, kao i nezaposlenost. I to možete videti iz preve



Patrizio Dei Tos

FOTO: COFININDUSTRIA SERBIA

PATRIZIO DEI TOS, PREDSEDNIK COFININDUSTRIA SERBIA DVOSTRUKA VREDNOST SPORAZUMA

Zvanični sporazumi su od suštinske važnosti i oni koje su Italija i Srbija potpisale imaju dvostruku vrednost. S jedne strane, pokazuju želju za saradnjom stvarajući političke i institucionalne uslove da do te saradnje dođe. U tom smislu moram da citiram reči italijanske premijerke Đorđe Meloni koja je, izazivši želju da se proces ulaska Srbije u Evropsku uniju ubrza, pokazala snažno interesovanje da se ojača politički, ekonomski i strateški odnos dveju zemalja.

S druge strane, to podrazumeva mobilizaciju ogromnih resursa, posebno u sektoru logistike, transporta, IOT-a i telekomunikacija. Navešću samo tri relevantna događaja koja su se desila u poslednjih nekoliko meseci. U martu 2023. godine u Beogradu je u prisustvu ministra spoljnih poslova Italije Antonija Tajanija i predsednika Aleksandra Vučića održan Poslovni forum Italija-Srbija, na kome je učestvovalo 400 kompanija, organizovano je 500 B2B sastanaka i potpisano trinaest sporazuma. U Trstu je 24. maja 2024. održan Poslovni forum i potpisano je pet bilateralnih sporazuma ukupne vrednosti 500 miliona evra za podršku internacionalizaciji italijanskih kompanija uključenih u procese dekarbonizacije u Srbiji.

Između ova dva događaja u Beogradu otvorene su kancelarije SIMEST-a, SACE-a i Cassa Depositi e Prestiti u cilju jačanja finansijskih instrumenata za podršku italijanskim kompanijama.



Sanja Ivanić

SANJA IVANIĆ, GENERALNA DIREKTORKA FRANCUSKO-SRPSKE PRIVREDNE KOMORE OTVARANJE VRATA ZA NOVE INVESTICIJE

Posete francuskog predsednika Emanuela Makrona Srbiji 2019. i 2024. godine, kao i nedavna poseta predsednika Srbije Aleksandra Vučića, i sporazumi koji su proistekli iz ovih poseta, svakako su imali značajan uticaj na jačanje političkih i ekonomskih odnosa. Takve posete uvek prate i privredne delegacije i one omogućavaju direktnu interakciju između ključnih privrednih aktera dveju zemalja, čime se otvaraju vrata za nove investicije i projekte u različitim sektorima.

Mi kao Francusko-srpska privredna komora radimo ekonomske analize i možemo reći da je i poseta 2019. godine doprinela povećanom interesovanju francuskih kompanija za Srbiju i povećanom broju upita koji su stigli na našu adresu. Očekujemo da i ova nedavna poseta ima isti efekat.

U Srbiji trenutno posluje oko 120 francuskih kompanija koje zapošljavaju 13.000 ljudi, a čak 70 odsto svih francuskih investicija i prisutnih kompanija na Balkanu nalazi se upravo u Srbiji, čime je naša zemlja lider u ovom regionu.

ruke tako što ćete biti svedoci dinamičnog miljea, pazeći da ne propustite tok digitalizacije i održivosti, integracijom novih tehnologija i inovacija u tradicionalne sektore. Takođe, činjenica da plate rastu obeshrabruje one koji su razmišljali o selidbi samo zbog smanjenja troškova, ali zato ohrabruje one koji žele

da ulože u inovacije i fokusiraju se na kvalitet - ističe Dei Tos.

Napominje da i u Srbiji, kao i u drugim evropskim zemljama, mladi traže posao za koji su kvalifikovani i često ih privlače ponude iz inostranstva.

- Stoga, ko želi da investira mora da uzme u obzir i činjenicu da mora da jača

i radi i na saradnji u oblasti obrazovanja i obuke zaposlenih - zaključuje naš sagovornik iz Confindustria Serbia.

Sanja Ivanić, generalna direktorka Francusko-srpske privredne komore, podseća da je poslednjih godina Francuska sve prisutnija u Srbiji kroz značajne projekte kao što su Regionalni centar za upravljanje otpadom u Vinči (Veolia), preuzimanje beogradskog aerodroma od strane Vinci Airports, i razvoj Beogradskog metroa (projekat sa Alstom i RATP Dev).

- Pored ovih infrastrukturnih inicijativa, francuske kompanije pokazuju veliko interesovanje za projekat EXPO 2027 čiji je Beograd domaćin. Naša Komora aktivno radi na povezivanju francuskih privrednika sa ključnim akterima na projektu EXPO 2027 kroz organizaciju različitih foruma, kako bi ovaj projekt postao prilika za dalji razvoj bilateralnih odnosa, jer Francuska je prepoznatljiva po svojoj ekspertizi u velikim infrastrukturnim projektima, menadžmentu i realizaciji složenih investicija - ističe Ivanić.

Ukazuje i da je francusko prisustvo u Srbiji jako i u energetske sektoru, gde je Schneider Electric od posebnog značaja.

- Kroz partnerstvo sa Elektrodistribucijom Srbije Schneider Electric unapređuje distributivnu mrežu, dok njegova filijala u Novom Sadu, specijalizovana za softverska rešenja za energetski sektor, zapošljava više od 1.000 inženjera.

Može se, ipak, zaključiti da trenutno Kina dominira kada je reč o broju i veličini projekata koje kompanije iz te zemlje sprovode u Srbiji, a među kojima su najveći oni iz oblasti infrastrukture. Iako je jednako „staro“ kao i partnerstvo sa Italijom i datira iz 2009. godine, brojke kažu da kinesko-srpsko „čelično prijateljstvo“ trenutno „vodi“, bilo kada je reč o investicijama bilo o obimu spoljnotrgovinske razmene.

To provejava i iz skorije izjave bivše premijerke Ane Brnabić, koja je danas na čelu Skupštine Srbije.

- Kina je u poslednje tri godine najveći pojedinačni strani investitor u Srbiji. Takođe, ukoliko pogledate prvih pet najvećih izvoznika iz Srbije, prve tri kompanije su iz Kine. Prošle godine je ukupan nivo naše razmene premašio vrednost od šest milijardi dolara, što je Kinu stavilo na drugu poziciju najvažnijih trgovin-

skih partnera Srbije, odmah iza Nemačke - naglasila je Ana Brnabić u intervjuu za Kinesku medijsku grupu (CMG).

Kako radi spoljna politika za domaću privredu?

Samo koji dan pre nego što će ovaj broj našeg časopisa otići u štampu, predsednik Srbije Aleksandar Vučić i predsednik UAE Mohamed bin Zajed al Nahjan potpisali su Sveobuhvatan sporazum o ekonomskom partnerstvu između Srbije i Ujedinjenih Arapskih Emirata koji je, dakle, uže specijalizovan od onog o strateškom partnerstvu iz 2022. godine. Da li su našim privrednicima korisniji opšti sporazumi, poput onih o strateškom partnerstvu ili sporazumi o slobodnoj trgovini?

- Kada je reč o sporazumima o slobodnoj trgovini, treba paziti ne samo sa kim već i kada se sklapaju - primera radi, takav ugovor sa EU imali smo od 2008. godine, ali kada je stupio na snagu naša privreda je još bila slaba, pa je njegova primena neke naše kompanije ojačala, a neke ugušila. Sa druge strane, to je dobar način da se obezbedi tržište za robu poput poljoprivredne koja je konkurentna i koja može da stvori devizni priliv, ali uvek treba imati na umu prednosti i mane, pa i trenutak u kome se sporazum sklapa - kaže za Biznis.rs osnivač Galeb grupe Radoslav Veselinović, jedan od najiskusnijih privrednika na ovim prostorima.

On ističe da Galeb grupa, koja je najpoznatija po proizvodnji i izvozu fiskalnih uređaja, više repromaterijala uvozi iz EU nego iz Kine, ali i da je jasno da će uvoz iz Kine postajati sve isplativiji kako postepeno budu padale carine u skladu sa Sporazumom o slobodnoj trgovini koji je stupio na snagu 1. jula ove godine.

- Što se uvoza iz Kine tiče, to nisu veliki iznosi u našoj nabavci, ali biće lakše dolaziti do nekih repromaterijala, a zahvaljujući ukidanju carina bićemo konkurentniji na evropskom tržištu - računa Veselinović.

Bojan Stanić iz Sektora za strateške analize, usluge i internacionalizaciju Privredne komore Srbije (PKS), potvrđuje da to koliko će se neki sporazum pokazati korisnim u praksi itekako zavisi od „ciljanog” tržišta, kao i od toga koliko je partnerska ili zemlja sa kojom sklapamo



Radoslav Veselinović

FOTO: GALEB GROUP

sporazum o slobodnoj trgovini ekonomski snažna.

- Naši privrednici su bili poprilično rezervisani kada je reč o sporazumu sa Kinom, i pitali su se da li će roba koja će se pojaviti ovde napraviti probleme, ali takve stvari se predvide i preciziraju sporazumom, što je i urađeno - ističe Stanić u razgovoru za Biznis.rs.

Kada je reč o sporazumima koje privrednici najviše koriste u praksi, naglašava da su za sada bez konkurencije ugovor o bescarinskoj trgovini sa EU, koji je deo Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju, kao i CEFTA sporazum.

- Srbija je značajno profitirala od trgovinske i ekonomske integracije sa EU. Evropska unija je tradicionalno ključni trgovinski partner Srbije koji čini 60 odsto ukupne robne razmene 2023. godine, sa sličnim procentima koji se nastavlja u godinama. Vrednost srpskog izvoza u EU skoro se učetrostručila, sa skoro 3,2 milijarde evra u 2009. na više od 18 milijardi evra u 2023. godini - stoji na portalu Delegacije EU u Srbiji, koji prati i rezultate trgovinske razmene.

Stanić ističe da je CEFTA, takođe, od izuzetnog značaja i da je zahvaljujući ovom sporazumu povećana unutrašnja razmena robe između balkanskih zemalja, a da Srbija sa svima ostvaruje suficit u trgovini.

- Kada je reč o ostalim sporazumima o slobodnoj trgovini, trenutno su smanjeni potencijali za izvoz u Rusiju. Sa druge strane, takav ugovor imamo i sa Turskom, sa kojom smo inače beležili deficit, i koji je porastao otkada je sporazum stupio na snagu. Videćemo kakvi će biti prvi efekti sprovođenja sporazuma sa Kinom - trenutno se opipava puls, a već sledeće godine videće se prvi rezultati našeg izvoza - kaže Bojan Stanić.

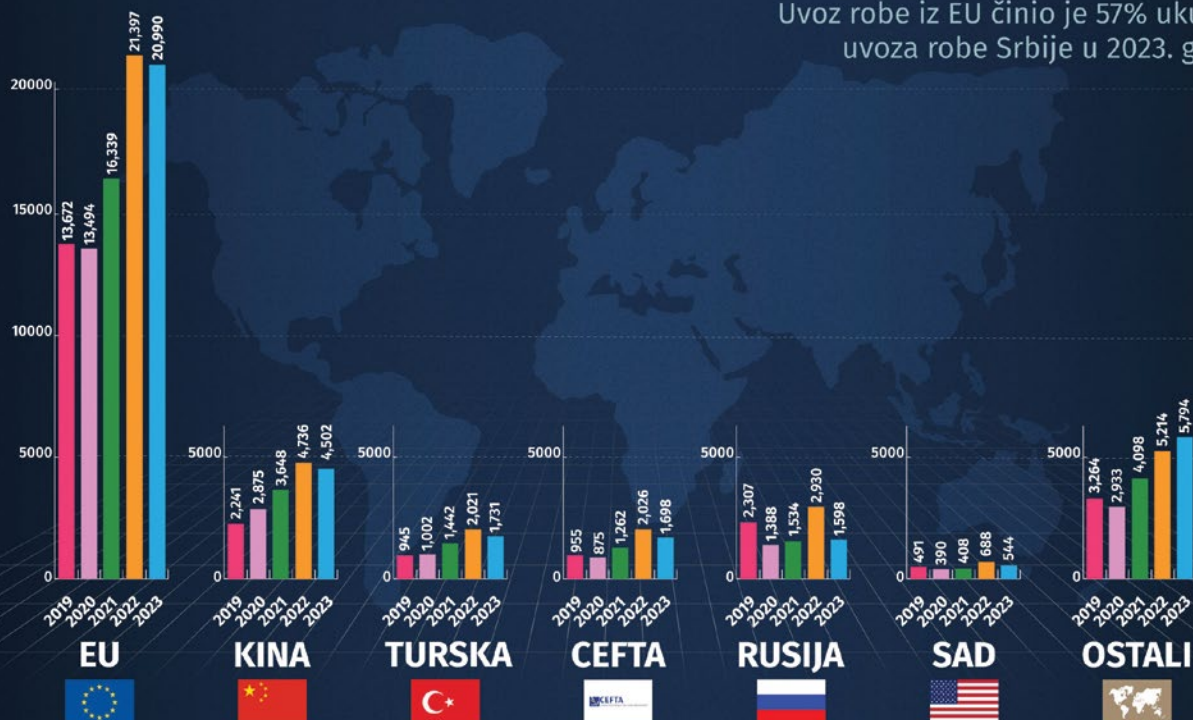
Podsetimo i na podatak koji je krajem prošle godine na skupu „Balkanski ekonomski horizonti kroz regionalne integracije” iznela Tatjana Dinkić, šef grupe za EU i EFTA u Ministarstvu unutrašnje i spoljne trgovine i sekretar nacionalnog tela za olakšavanje trgovine. Ona je skrenula pažnju na to da Srbija realizuje 88 odsto izvoza zahvaljujući sporazumima o slobodnoj trgovini, dok bi primena spora-



Ukupan uvoz Srbije (u milionima evra)



Uvoz robe iz EU činio je 57% ukupnog uvoza robe Srbije u 2023. godini.



Izvor: Republički zavod za statistiku Srbije

zuma sa Kinom taj udeo trebalo da poveća na 90 odsto.

- Sa stupanjem na snagu Sporazuma o slobodnoj trgovini sa Kinom to će biti tržište od dve milijarde i 200 miliona ljudi - naglasila je Dinkić.

Treba li širiti mrežu sporazuma?

Patrizio dei Tos potvrđuje da postoji interesovanje italijanskih kompanija za saradnju sa srpskim firmama, od agro sektora preko logistike do bankarskih ili usluga osiguravajućih kuća.

- IKT je veoma perspektivan i nije slučajno što predstavlja sektor koji garantuje najveći izvoz u srpskoj privredi. To znači da oni koji žele da investiraju mogu pronaći ključne partnere u tehnološkom i digitalnom sektoru i da je generalno ekosistem osetljiv na inovacije. Sa druge strane, treba raditi na unapređenju održivosti i primeni ESG kriterijuma, a to su ujedno i najstroži propisi u okviru EU zakonodavstva. Ali i u ovom slučaju svedoci smo sve većeg interesovanja za temu cirkularne ekonomije i dekarbonizacije - kaže za Bi-

znis.rs predsednik Confindustria Serbia.

Iz domaćeg ugla, privrednici smatraju da mrežu sporazuma treba proširiti do Afrike i bližih azijskih zemalja.

Radoslav Veselinović iz Galeb Grupe smatra da je najisplativije sklapati nove sporazume o slobodnoj trgovini sa zemljama koje se nalaze u krugu od tri hiljade kilometara od Srbije, bilo na afričkom ili azijskom kontinentu.

- Mislim da je to deo sveta gde možemo da budemo konkurentni. Što se Evrope tiče, tu je situacija već jasna - gde smo konkurentni, tu smo i prisutni - zaključuje Veselinović.

Bojan Stanić iz PKS-a se slaže da Afrika pruža priliku našim firmama, ali podseća da je to mlado i rastuće tržište mnogima privlačno, i da nećemo moći tek tako da „ušetamo” sa našom robom u afričke zemlje bez obzira na istorijske veze iz doba uspona Pokreta nesvrstanih.

- Ono što znamo je da su počeli pregovori o ekonomskom partnerstvu sa Južnom Korejom, a pominje se i zaključivanje sporazuma o slobodnoj trgovini sa Izraelom. Što se tiče Afrike, sporazum o slobodnoj

trgovini je u julu potpisan sa Egiptom, a u podsaharskoj Africi za sada nemamo sporazume, ali imamo dobre kontakte sa Kenijom, Angolom i Južnom Afrikom. Trenutno smo koncentrisani na Aziju, Bliski istok i sever Afrike - kaže Stanić.

Njegov savet privrednicima je da se što više koncentrišu na postojeće sporazume i da ih iskoriste.

- A sve i ako nema sporazuma - ako je vaša roba konkurentna i tražena, naći će svoje mesto na tržištu - ocenio je Stanić.

Profesor Fakulteta političkih nauka Dragan Đukanović, na naše pitanje o eventualnim budućim sporazumima o strateškom partnerstvu koje treba sklopiti, odgovara da se čini da trenutno imaju prevagu veze sa zemljama na Istoku u odnosu na one na Zapadu.

- Pretpostavljam da će se raditi na otpočinjanju strateškog dijaloga, a potom i na sporazumu o strateškom partnerstvu sa SAD. Mislim da se Nemačka svakako ne može zaobići, imajući u vidu nivo ekonomske razmene - uveren je Đukanović.

MILICA RILAK
MARKO ANDREJIĆ



ARC MONTE

IZGRADNJA, REMONT,
ODRŽAVANJE I REVITALIZACIJA
ENERGETSKIH I INDUSTRIJSKIH
POSTROJENJA

Moravska 15a
11000 Beograd,
011 23 10 100
office@arcmonte.rs
www.arcmonte.rs



PAKET ARANŽMAN

NAJBOLJI BEND ZA SVADBE
NOVI SAD

www.paketaranzman.rs
grupa@paketaranzman.rs
+381 61 24 50 018 Srđan
f Paket Aranžman
i paket_aranzman





OČEKUJEM PRVU EMISIJU KORPORATIVNIH OBVEZNICA DO KRAJA GODINE

DA BISMO NASTAVILI DA RASTEMO KAO EKONOMIJA STOPOM RASTA KOJU ŽELIMO DA VIDIMO, MORAMO DA IMAMO TRŽIŠTE KAPITALA KOJE JE U STANJU DA PODRŽI TAKVE STOPE RASTA. BANKARSKI SEKTOR SA SVOJOM LOGIKOM I PRISTUPOM KREDITIRANJU, KOJI JE OBIČNO KONZERVATIVAN, IMA NEKE SVOJE LIMITE DO KOJIH MOŽE DA POGURA KOMPAJNE NAPRED I VERUJEM DA DOBRI PRIMERI U NAREDNOM PERIODU MOGU DA PODSTAKNU SVE ONE KOJI SE TRENUTNO DVOUME. MISLIM DA NAS U NAREDNIM NEKOLIKO GODINA ČEKA JEDNA NOVA RENESANSA SRPSKOG TRŽIŠTA KAPITALA

Srpsko tržište kapitala i dalje zahteva inovacije, nove proizvode i dalji razvoj. Činjenica je da smo u jednom trenutku došli do nivoa razvoja koji zaista nije bio zadovoljavajući ni za koga od stejkholdera, što se tiče srpskog tržišta kapitala, i pojavila se potreba da učinimo sve što možemo kako bismo ga ponovo revitalizovali. Trenutno se nalazimo u fazi implementacije svih tih ideja, odnosno u momentu kada će se pojaviti prvi javni oblici svega onoga što smo radili u prethodnom periodu.

Ovakvo Marko Janković, predsednik Komisije za hartije od vrednosti Republike Srbije, ocenjuje trenutnu situaciju na srpskom tržištu kapitala. U razgovoru za Biznis.rs on govori o projektu jačanja tržišta koji se realizuje u saradnji sa Svetском bankom, korporativnim i državnim obveznicama i razvoju industrije investicionih fondova, kao i o Beogradskoj berzi, edukaciji investitora i digitalnoj imovini.

- Naravno, ne možemo reći da smo zadovoljni obimom trgovanja na Beogradskoj berzi, ali sa druge strane možemo da vidimo da firme postižu određene rezultate u smislu povećanja vrednosti akcija, što ukazuje na povratak poverenja investitora i na kvalitetne rezultate samih kompanija. Očekujem u narednom periodu dalje jačanje ponude, a zatim posledično i tražnje na samom tržištu - ističe naš sagovornik.

Komisija za hartije od vrednosti pokušava da kroz određene inovacije, promenu regulatornog okvira i opšteg pristupa kada je tržište kapitala

u pitanju, stvori nove prilike za investiranje.

- Što se nas tiče, već smo duboko zagazili u kompletan proces jačanja srpskog tržišta kapitala i nadam se da će naša javnost vrlo uskoro biti u stanju da vidi prve efekte. Vidimo da postoji značajno interesovanje za srpsko tržište kapitala i ja bih tu fokus stavio na domaće, a zatim i strane investitore, što vidimo i kroz neke segmente samog tržišta, recimo kroz fondovsku industriju. Ona je zaista pokazala snagu i potencijal daljeg rasta i razvoja, i svakako će biti jedna od oblasti kojoj ćemo se dodatno posvetiti.

Više alternativnih investicionih fondova se proteklih godina pojavilo na srpskom tržištu. Na koji način se profilisao ovaj deo tržišta kapitala?

- Ovi fondovi su se pojavili na našem tržištu pre nekoliko godina. Zakon je usvojen 2019. i bilo je potrebno neko vreme da ljudi, pre svega, shvate šta je sve moguće uraditi u skladu sa regulatornim okvirom. Onda je trebalo nekoliko godina da ta relativno nova industrija zaživi i sada vidimo različite segmente same industrije alternativnih investicionih fondova. Imamo deo koji je vezan za venture capital (VC) fondove i startup scenu, zatim fondove koji su više okrenuti ka nekretninama i investiranju u nepokretnosti, a imamo i fondove sa javnom ponudom, koji su vrlo slični klasičnim fondovima, ali ipak imaju prostor za malo rizičnije investicije. U narednom periodu želimo da pružimo dodatnu podršku svakom od tih segmenata, u smislu da im kreiramo još povolj-

nije okruženje, kako bi mogli dalje da se razvijaju.

Kada posmatramo kompletnu industriju investicionih fondova, oni su u prethodnih nekoliko godina pokazali neverovatnu mogućnost daljeg rasta i iskoristićemo taj zamajac koji je praktično kreiran kroz izmene regulatornog okvira, ali i kroz prepoznavanje sopstvenog interesa svih onih koji su osnivali društva za upravljanje fondovima. Moram da pomenem da su i banke prepoznale svoj interes u svemu tome, da bi svojim klijentima pružile jednu kvalitetniju i širu lepezu usluga.

Ono što me posebno raduje je da su nam razmišljanja vrlo napredna u kontekstu svega što želimo da vidimo na tržištu fondova, a negde usaglašena i sa tržišnim učesnicima. Mislim da ćemo neke od problema koje trenutno vidimo u njihovom funkcionisanju moći da rešimo kroz određene izmene zakona koji definišu industriju investicionih fondova. Neke ćemo morati da rešavamo kroz intervencije na drugim zakonskim rešenjima, pre svega poreskim zakonima, ali svakako očekujemo da u narednom periodu ta industrija zapravo bude lokomotiva daljeg razvoja tržišta kapitala, uz širenje lepeze nekih drugih proizvoda koji će komplementarno pomoći u svemu tome.

Koliko su investitori zainteresovani za domaće tržište kapitala i koliki je nivo edukacije potencijalnih ulagača, kako pravnih tako i fizičkih lica?

- Suština je da banke, odnosno njihovi klijenti, već sada imaju ozbiljan potencijal kada je u pitanju mogućnost ulaga-



nja u investicione fondove. Drago mi je da su bankari prepoznali mogućnost da svojim klijentima ponude nešto rizičniji proizvod u odnosu na klasičan bankarski depozit, ali koji će im, sa druge strane, pružiti nešto veći prinos na uložena sredstva. Vreme pokazuje da ta razlika nije beznačajna iz perspektive investitora.

Mi sada pričamo već o iznosima koji prelaze milijardu evra pod upravljanjem, kada je reč o fondovima koji su u vlasništvu bankarskih grupacija. To je upravo ono što smo i želeli da vidimo - da snažne finansijske institucije, koje već imaju iskustva kada je odnos prema klijentima u pitanju i pružaju dodatnu sigurnost svim investitorima, budu među igračima na tržištu kapitala. Mislim da su i one prepoznale i svoj sopstveni interes.

Kada govorimo o edukaciji, to je jedna vrlo kompleksna tema. Uvek je najveći izazov edukovati takozvane male investitore, šire slojeve građanstva, o mogućnostima investiranja. Izuzetno mi je drago da vidim mnogo pokušaja da se ta finansijska edukacija obavi i na neke neformalne načine, kroz razne podkaste, gostovanja u različitim emisijama...

Da li planirate i neku institucionalizovanu obuku, odnosno edukaciju na temu finansijske pismenosti?

- Ono što ćemo mi pokušati u narednom periodu, u okviru projekta koji sprovodimo sa Svetskom bankom, jeste da napravimo jednu centralizovanu bazu znanja koja će biti relativno jednostavno dostupna svima koji žele da investiraju u srpsko tržište kapitala, ali i dovoljno kvalitetna i sadržajna da ne ostavi nikakve nedoumice. Čak i neke velike korporacije nisu dovoljno edukovane kada je reč o mogućnostima koje pruža tržište kapitala, ali se mi trudimo da na najrazličitije moguće načine dođemo, pre svega, do finansijskih direktora i da u saradnji sa njima pronademo rešenja koja će biti korisna za sve - i za te kompanije, a i za samo tržište kapitala, odnosno za sve stejkholdere koji imaju interes u daljem razvoju tržišta.

Kompletan proces trebalo bi, upravo kroz projekat sa Svetskom bankom, da dovede i do prvih emisija korporativnih obveznica na našem tržištu. Došao

je trenutak da na jedan organizovan, sinhronizovan i adekvatno praćen način ugledaju svetlost dana. Raduje me da zaista najkvalitetnije privatne srpske kompanije žele da učestvuju, jer mislim da ekonomski interes treba da bude nešto što će ih voditi u ceo proces.

Da bismo nastavili da rastemo kao ekonomija stopom rasta koju želimo da vidimo, a to je oko četiri do 4,5 odsto i više na godišnjem nivou, jednostavno moramo da imamo tržište kapitala koje je u stanju da podrži takve stope rasta. Bankarski sektor sa svojom logikom i pristupom kreditiranju, koji je obično konzervativan, prosto ima neke svoje limite do kojih može da pogura kompanije napred i ono što zaista očekujem jeste da dobri primeri u narednom periodu podstaknu sve one koji se trenutno dvoume ili se plaše izlaska na samo tržište kapitala. Mislim da nas u narednih nekoliko godina čeka jedna nova renesansa srpskog tržišta kapitala.

Sve državne institucije koje treba da učestvuju u kompletnom procesu su apsolutno spremne i voljne da podrže sve one koji žele da iskoriste mogućnosti i očekujem da kraj ove i početak sledeće godine bude vrlo dinamičan.

Kakvo je interesovanje privatnih kompanija za tržište kapitala? Telekom Srbija je najavio emisiju korporativnih obveznica, ali na stranim berzama.

- Telekom već relativno dugo najavljuje emisiju korporativnih obveznica. Informacije koje su stigle do nas su takve da oni očigledno više targetiraju neka strana tržišta kapitala, što mene ne raduje

previše, jer mislim da je i srpsko tržište dovoljno kvalitetno i duboko da može da podrži jednu takvu emisiju. Ipak, sa druge strane mogu da kažem da je interesovanje privatnih kompanija za izdavanje korporativnih obveznica bilo izuzetno veliko i tu govorimo i o nekim potencijalnim tiketima koji nisu zanemarivi u smislu vrednosti samih emisija. Ono što mogu da kažem u ovom trenutku je da je identifikovana jedna grupa kompanija koje ispunjavaju uslove samog projekta koji su postavljeni u saradnji sa kolegama iz Svetske banke i pričamo o nekih desetak pravnih lica koja bi u narednom periodu trebalo da se pojave na srpskom tržištu kapitala.

To su društva koja su kvalitetna i profitabilna, i već imaju određenu istoriju poslovanja. Verovatno neće sve one proći kroz ceo projekat i doći do kompletne realizacije, ali suština je da država preuzima na sebe obavezu da im pomogne u celom procesu kroz pravne, finansijske i sve druge moguće usluge koje će im biti pružane. Takođe, ono što se prvi put pojavljuje kod nas na jedan organizovan način je - dodeljivanje kreditnog rejtinga emisijama korporativnih obveznica. Dakle, kreditni rejting je obavezan za svaku od tih emisija, a kompanije koje će se time baviti imaju dozvolu Evropske centralne banke, pa ćemo u tom smislu imati jedan robustan set provera za svaku od kompanija.

Drago mi da su se na projekat prijavili svi oni koji imaju određene kapacitete i znanja da pomognu kompanijama, da li u segmentu daljeg razvoja korporativnog upravljanja ili u kontekstu izrade prospekta, u kontekstu same emisije ili

RAST ŽIVOTNOG STANDARDA DONOSI NOVU KLASU INVESTITORA

Koliko bi nepovoljna geopolitička dešavanja u narednom periodu mogla da utiču na domaća tržišta kapitala?

- Svaka geopolitička neizvesnost negativno utiče na investiranje na globalnom nivou. Ono što se iskreno nadam je da će, sa rastom životnog standarda kod nas, naši građani imati više slobodnih sredstava o kojima će onda moći da razmišljaju, pa će moći i da pronađu odgovarajuće alate za upotrebu tih sredstava. Realno, kada je prosečna plata na nivou od 300 evra, ne možete očekivati da postoji ogroman potencijal za investiranje. Sada, kada prosečna plata prelazi 800 evra, pojavljuju se ljudi koji imaju dovoljno slobodnih sredstava za investiranje i mislim da je to neka ciljna grupa u ovom momentu, ljudi koji će biti nosioci daljeg razvoja tržišta kapitala. To je činjenica u svim razvijenim ekonomijama sveta i upravo je to postojanje viškova slobodnih novčanih sredstava ono što je razvilo ne samo bankarsko tržište, nego i tržište kapitala.



privlačenja investitora. Imamo jedan izuzetno kvalitetan spoj banaka, investicionih društava, revizorskih kuća, advokatskih kancelarija, koje će pomagati kompanijama i „držati ih za ruku” do okončanja procesa. Upravo je suština da ove kompanije za tri ili pet godina budu nosioci daljeg razvoja tržišta kapitala, da li kroz neku inicijalnu javnu ponudu (IPO) ili dalje emisije korporativnih obveznica ili nekih drugih finansijskih instrumenata. Želja nam je da svi shvate da postupak jedne emisije korporativnih obveznica, pa čak i samog IPO, nije ništa drugačiji od popunjavanja kreditnog zakteva u bilo kojoj banci.

Da li očekujete da će strani investitori biti zainteresovani za korporativne obveznice srpskih kompanija?

- Ja im se iskreno nadam. Mi od početka praktično ne pravimo razliku između domaćih i stranih investitora, ali mislim da će strani ulagači prepoznati potencijal tih kompanija, budući da dobar deo njih već ima partnere i radi na stranim tržištima. Dakle, mi im se nadamo, ali ne očekujemo da strani investitori budu nosioci razvoja. Pokušaćemo da im olakšamo život, pre svega kroz pojednostavljivanje samog procesa ulaska na srpsko tržište.

Državne obveznice su ključni instrument na tržištu kapitala. Kako ocenjujete trenutnu situaciju na tržištu državnih obveznica

Srbije i koliko su one atraktivne za investitore?

- Kada se sagledaju rezultati svih dosadašnjih emisija državnih obveznica, kamatne stope koje smo uspeali da ostvarimo nisu tako nepovoljne kako su u jednom trenutku predstavljene javnosti. Ono što je realan problem je da i država ima nekakvu svoju logiku funkcionisanja i fiskalne obaveze, i mora sve to usklađivati sa procesom zaduživanja.

Nekako baš u kontekstu velikih stranih institucionalnih investitora, koji u poslednje vreme ne mogu da kupe dovoljno srpskih obveznica koliko bi želeli, i naš „bit to cover” - odnos između ponude i tražnje - je uvek izuzetno visok kada su državne obveznice u pitanju. To meni govori dve stvari: s jedne strane, da je poverenje u srpsku ekonomiju visoko, a s druge strane - i ti investitori traže način da zarade. Siguran sam da kamatne stope, kada se gledaju neke konkurentne ekonomije u okruženju, ali i šire, nisu bile takve da je trebalo dramatično čekati na zaduženje.

Da li će se vremenom menjati stanje na globalnom finansijskom tržištu? Svakako, ali situacija je takva da prosto ne možete uvek ni čekati neki najpogodniji trenutak za samo zaduživanje. Mislim da smo mi u prethodnom periodu pokazali da umemo da upravljamo našim dugom, o čemu najbolje govori i odnos duga i BDP-a, pa ako se pojave neke dobre prilike za ulaganje od strane države smatram da ne postoji razlog da se drža-

va ne zaduži na međunarodnom tržištu. Opet, nadam se da će država prepoznati svoj interes da se zadužuje nešto više i na domaćem tržištu, pošto i za to postoji dosta potencijala.

Beogradska berza godinama beleži slab promet. Da li ste razmatrali nove inicijative ili instrumente koji bi mogli da povećaju interesovanje domaćih i stranih investitora? Kakva je saradnja sa nedavno imenovanim novim direktorom Beogradske berze?

- Već u prvim danima po imenovanju novog direktora Beogradske berze imali smo sastanke. Izuzetno je značajno za sve nas kojima je tržište kapitala u fokusu da Beogradska berza funkcioniše na najbolji mogući način i mislim da će novom direktoru njegovo dosadašnje iskustvo sa samog tržišta, ali i iskustvo rada u državnim institucijama, olakšati sam početak.

Beogradsku berzu čekaju veliki izazovi u narednom periodu, pre svega prelazak na sistem trgovanja Atinske berze, što je proces koji se već više godina priprema i svi sa nestrpljenjem čekamo taj trenutak. Kraj godine bi bio neki realan rok za realizaciju tog projekta, ali ono što je mnogo bitnije od samog trenutka je da taj prelazak bude bez ikakvih problema, odnosno bez ikakvog remećenja korišćenja infrastrukture Beogradske berze od strane korisnika. Testiranja su u toku već nekoliko meseci i mislim da će i taj prelazak, kao i promena informacionog sistema u Centralnom registru hartija od vrednosti, značajno doprineti modernizaciji načina na koji se trguje na Beogradskoj berzi i da će kompletno korisničko iskustvo biti znatno bolje. Korisnici će vrlo brzo shvatiti prednosti prelaska na novi sistem.

To otvara nove mogućnosti za samu Beogradsku berzu, omogućavajući joj da bude inovativnija u pogledu proizvoda koje će nuditi svojim klijentima. Raduje me što vidim spremnost ljudi sa berze da idu u susret inovacijama. Uočavam novu energiju i fleksibilnost, a ono što je najpotrebnije - spremnost da se integrišu u sve ono što će slediti.

Da li imate neke instrumente i planove kako da podstaknete javna preduzeća da se aktivnije uključe na Beogradsku berzu?



- Kada pričamo o kompanijama u državnom vlasništvu, bez obzira na to da li su javna preduzeća ili novoformirana akcionarska društva sa većinskim državnim vlasništvom, mislim da će ceo taj proces korporativne transformacije umnogome pomoći i samim kompanijama, ali će ih negde verovatno i uputiti na tržište kapitala kao na prirodnog partnera za dalji rast i razvoj. Primećujem da je u prethodnom periodu bilo dosta izbegavanja tržišta, iz najrazličitijih razloga, što mogu da razumem, ali sam siguran da postoje i veoma dobri kandidati koje treba videti na berzi.

Pričamo o kompanijama sa većinskim državnim vlasništvom, koje bi bile idealni kandidati ne samo za inicijalne javne ponude, već i za mnoge druge aktivnosti na samom tržištu i ono što me izuzetno raduje je da vidim da u menadžmentima tih kompanija konačno ima određenih ambicija na tom planu.

Kako stojimo sa inovacijama na tržištu kapitala? Koliko se u međuvremenu razvilo tržište digitalne imovine? Do sada je odobreno pet Belih papira za emitovanje digitalnih tokena.

- Digitalna imovina je nešto što je bilo u našem fokusu u prethodnom periodu i nastaviće da bude i u narednim godinama. Uložili smo mnogo energije i u toku ove godine da vidimo šta bi sve moglo da se uradi kako bi se dalje podržao razvoj kompletnog tržišta.

Pored odobrenih Belih papira imamo i mnogo zahteva koje nismo mogli da odobrimo, pre svega iz želje da zaštitimo investitore u takve proizvode. Svi ovi emitenti koji su uspešno prošli ceo proces mogu da potvrde da izdavanje nije samo strogo formalno, već da uključuje i jedan suštinski element. Neka prethodna iskustva vode nas ka tome da im pomazemo, ali da želimo i zaista da shvatimo koja je motivacija emitentata takvih tokena i šta je njihov ključni cilj. Ne možemo da dozvolimo da jedna neuspešna emisija tokena udalji investitore sa tržišta i zato je to malo robustniji proces, nekada i malo sporiji.

Koji su sektori bili zainteresovani za digitalnu imovinu? Faktoring, poljoprivreda, obnovljivi izvori energije koji bi mogli biti idealni za emisiju digitalnih tokena. Obnovljivi izvori energije bi, recimo, bili apsolutno savršen partner za emisiju jednog takvog digitalnog toke-

na, jer mislim da upravo ove inovacije mogu da budu dobar izvor finansiranja za taj sektor.

Možemo li uskoro da očekujemo neki novi Beli papir?

- Nadam se da će u nekom narednom periodu biti novih emisija. Sada nastojimo da neke od tih emitentata podstaknemo da u narednom periodu emituju korporativne obveznice - da iskoriste dosadašnje iskustvo i odu još jedan korak napred. Mislim da su neki od njih već sada dovoljno zreli za takav korak.

Kakva je saradnja Komisije za hartije od vrednosti sa drugim relevantnim institucijama u regionu?

- Mi izuzetno blisko sarađujemo sa svim regulatorima u regionu. Trudimo se da delimo svoja iskustva, ali i da prenosimo najbolje prakse u naše okruženje. Moj utisak je da se polako približavamo zemljama koje su članice

Evropske unije, u pogledu regulatornog okvira, mogućnosti za investiranje i sigurnosti same investicije.

Postoji li prostor za regionalne inicijative na tržištu kapitala?

- Postoje različite regionalne inicijative, pre svega kroz Berlinski proces koji je bio pokrenut pre nekoliko godina sa ciljem jačanja regionalne saradnje na Zapadnom Balkanu. Ono što mislim da se neće desiti u nekom skorijem periodu, to je neko jedinstveno tržište kapitala. Mislim da se to pokazalo kao jedan veliki izazov i za Evropsku uniju, pa bi sigurno bio i za region. Suština je da smo neizbežno povezani i da moramo da sarađujemo.

Ukupno stanje u regionu govori o rastu standarda stanovništva u celini i o tome da su ljudi zaista spremni da investiraju u tržište kapitala. Tu mislim i na ritejl investitore i na pravna lica. Mi moramo da uradimo sve što možemo da im olakšamo proces samog investiranja i da im obezbedimo dovoljno kvalitetnih proizvoda u koje mogu da ulažu.

Koji su ključni prioriteti Komisije za hartije od vrednosti u narednom periodu? Šta je prvi sledeći korak?

- Mislim da imamo nekoliko paralelnih koraka. Prvi su izmene, možda ne dramatične, ali važne izmene postojećeg regulatornog okvira sa željom da dodatno pomognemo određenim segmentima tržišta, pre svega mislim na fondovsku industriju i mogućnosti za kreiranje malo kompleksnijih proizvoda koji će se pojaviti na tržištu. To je nešto što nam je u fokusu do kraja ove godine.

S druge strane, imamo čitav niz aktivnosti na projektu razvoja tržišta kapitala. Očekujem i da do kraja godine imamo prvu emisiju korporativnih obveznica u skladu sa tim programom. Nadam se da će ubrzo nakon prve uslediti i naredne emisije.

Mislim da je ovo jedan dobar trenutak. Siguran sam da nas u narednih šest do devet meseci očekuje mnogo aktivnosti, uključujući i selidbu Komisije za hartije od vrednosti. Dakle, imaćemo konačno objedinjavanje svih institucija tržišta kapitala na jednom mestu. Ja se nadam da ćemo selidbu završiti u prvom kvartalu sledeće godine.

MARKO ANDREJIĆ

PROMENLJIVO INTERESOVANJE ZA KRYPTOVALUTE

Kakva je situacija na tržištu kriptovaluta? Da li ste razmišljali o daljoj regulaciji ovog segmenta?

- Interesovanje za kriptovalute varira i to je, rekao bih, uporedivo i sa stanjem na Beogradskoj berzi - kada sve ide kako treba, kada cene akcija rastu i ljudi shvate da mogu da ostvare određenu dobit kroz dividendu ili apresijaciju cene samih akcija, raste i broj potencijalnih investitora. Mi pokušavamo da uravnotežimo to interesovanje slanjem adekvatnih informacija, čak i u trenucima kada cene ide u smeru koji možda nije poželjan. Ili, kako je to govorio Voren Bafet - ne možete čekati pad tržišta da biste investirali. Uvek ističem da treba imati u vidu jednu stvar - odnos ukupnog tržišta kriptovaluta prema tradicionalnom tržištu kapitala u Americi. Ukupna vrednost svih emitovanih bitcoina i ethera i dalje odgovara vrednosti jedne ne tako velike kompanije listirane na Njujorškoj berzi. Dakle, najveći deo kapitala se investira u neke realne biznise. A opet, postoji i želja ljudi da investiraju u kriptovalute. Moj savet je - investirajte onoliko koliko ste spremni da izgubite.



**PRODAJA I
SERVIS
RAČUNARSKE
OPREME**

GAMEBOX

Cara Dušana 47. Niš
+381 18 514 666
+381 60 514 666 0
office@gamebox.co.rs
www.gamebox.co.rs



BeoPek
mašine i sirovine za pekarstvo



Save Kovačevića 39b, Kaluđerica
11 000 Beograd
+381 11 304 94 79
+381 11 299 30 34
+381 60 50 50 811
office@beopek.rs www.beopek.rs



TELEKOM SRBIJA POSTAJE MULTINACIONALNA KOMPANIJA - I Taj proces je nepovratan

VREDNOST KOMPANIJE SE POVEĆALA NE SAMO ZATO ŠTO IMAMO VEĆU EBITDA, VEĆ SMO NAPRAVILI I SNAŽNU FIZIČKU INFRASTRUKTURU, A UŠLI SMO I U MEDIJE I DIGITALNE SERWISE. NA MOJU VELIKU ŽALOST, POŠTO DOLAZIM IZ KLASIČNOG TELCO BIZNISA, DANAS ON MANJE VREDI OD „MEDIJSKOG” DELA I DIGITALNIH SERVISA, I ZATO OČEKUJEMO DA ĆE VREDNOST KOMPANIJE DALJE RASTI, PA NAM I KREDITNI REJTING DOLAZI U PRAVOM TRENUTKU. AKO HOĆETE DA BUDETE PRAVA MULTINACIONALNA KOMPANIJA, TO JE NEMINOVNO - I KORPORATIVNO UPRAVLJANJE I REDOVNO IZVEŠTAVANJE NA BERZI I TRANSPARENTNO POSLOVANJE - A JEDNOM KADA TO URADITE NEMA POVRATKA, SVAKE GODINE MORATE BITI SVE BOLJI

Telekom Srbija postavio je ambiciozne ciljeve: da dobije kreditni rejting, listira se na evropskoj berzi i emituje korporativne obveznice. Zatim, da do 2029. godine stigne do tri milijarde evra prihoda, da se pozicionira na tržištima Nemačke i SAD, predvodi trku u razvoju 5G mreže u Srbiji, ali i nastavi sa širenjem putem akvizicija.

O tome kako će postići ono što je zacrtao, u intervjuu za Biznis.rs govori generalni direktor Telekoma Srbija Vladimir Lučić.

Polako se bliži kraju 2024. godina - a u 2023. prihodi Telekoma Srbija grupe su, kako ste ranije izjavili, premašili dve milijarde evra računajući od 2018. godine. Kako stoje stvari u 2024. godini kada je reč o prihodima i da li ste na putu da ostvarite najavljeni cilj - tri milijarde evra prihoda do 2029. godine?

- Već na polovini ove godine se pokazalo da je udeo prihoda Telekom Srbija grupe van Srbije, Crne Gore i Bosne i Hercegovine porastao na osam odsto, dok su prihodi u našoj i ove dve zemlje na 92 odsto. Zašto to pominjem? Zato što smo na ta tri tržišta klasičan telco operator koji ima infrastrukturu i usluge, dok smo se na ostalim tržištima širili kao medijska i MVNO kompanija, sa ponudom sadržaja. Tako smo u Hrvatskoj i Sloveniji prisutni preko kanala Arena, gde zarađujemo od kablovskih operatera, dok smo u Severnoj Makedoniji i Austriji, Švajcarskoj i Nemačkoj, a uskoro i u SAD prisutni kao virtuelni operator, a

prodajemo i televiziju.

Dakle, van osnovna tri tržišta, u zemljama u kojima nemamo infrastrukturu, ali imamo servis i sadržaj, uspevamo da dođemo do bitnog broja korisnika. U Hrvatskoj imamo prihod veći od 25 miliona evra, u Austriji smo prošle godine ostvarili 30 miliona evra, i prihod sa takvih tržišta raste.

To nas ohrabruje, pogotovo što se radi o tržištima gde nismo imali velika infrastrukturna ulaganja kao na matičnom, pa se investicija utoliko brže vraća, čak možda i brže nego što smo očekivali. Zato verujemo da je cilj od tri milijarde evra prihoda do 2029. godine itekako dostižan, sa tim da čak više računamo na „strana” tržišta - a pogotovo na Nemačku i SAD, nego na domaće na kome procenjujemo da ćemo dostići prihode od oko 1,4 milijarde evra.

Zašto verujete da su Nemačka i SAD tržišta budućnosti za Telekom?

- Radi se o zemljama gde je brojna ne samo naša dijaspora, nego i građani Hrvatske, Severne Makedonije, Bosne

i Hercegovine... to su sve naši potencijalni korisnici, standard je viši, pa i prihod po korisniku, a verujemo da ćemo uspeti da povećamo i profit, s obzirom na to da nismo imali velika ulaganja u infrastrukturu. Zato bi buduća struktura prihoda do 2029. i trebalo da bude takva da više prihoda dolazi sa „stranih” tržišta - to bi značilo ne samo veću profitabilnost već i stabilnost kompanije, kao i diversifikaciju prihoda, jer je tržište Srbije trenutno faktički ono iz koga dolazi najviše prihoda, ali i najviše finansira razvoj kompanije.

To bi na neki način značilo da prestajete da budete „lokalna” kompanija?

- Nama je cilj da postanemo multinacionalna kompanija. Iako deluje daleko, to nije neostvarivo, jer smo na vreme shvatili da su klasični telco operateri u krizi. Izvor njihove krize je da se najveći izvor prihoda nalazi na digitalnim platformama, ali ono što ni najveći među njima nisu videli je da ne treba da budu koncentrisani samo na sopstvene kori-

INVESTICIJE U 2025. GODINI MINIMALNO 150 MILIONA EVRA

Ušli smo u poslednji kvartal 2024. godine, kada se sumiraju rezultati aktuelne, ali i preciziraju planovi za 2025. godinu. Koji su to ključni projekti na kojima će Telekom Srbija raditi u narednoj godini?

- Osim početka razvoja 5G mreže u Srbiji, što je od ključnog značaja, izdvojio bih i razvoj poslovanja u dijaspori, kao i razvoj optičke mreže. Pokazalo se da je optika budućnost i cilj nam je da i manje gradove opremimo optikom, dok je država preuzela na sebe da optiku „dovede” do ruralnih oblasti, a uz pomoć EBRD-a. Investicije će u sledećoj godini iznositi minimalno 150 miliona evra.



slike. Velike platforme poput Amazona ili Netflix-a su shvatile da su potencijalni korisnici svi na svetu koji imaju internet, a mi se vodimo njihovom logikom. Pravimo, međutim, miks strategija. Primera radi, u ponudi imamo televizijske programe za koje su zainteresovani korisnici u Austriji i Nemačkoj - i koristimo tu priliku koja nam se nudi.

Kada se govori o prihodima Telekom, zapravo se govori o mogućnostima kompanije da obezbedi dovoljno novca da redovno posluje, isplati obaveze, ostvari dobit koja bi značila i dividendu za akcionare i eventualno se upusti u preuzimanje na domaćem tržištu ili u regionu. Krenimo od emisije korporativnih obveznica - koja je njihova svrha, pošto je ranije bilo reči o tome da će poslužiti za prikupljanje novca za razvoj poslovanja i eventualno „prepakivanje” obaveza?

- Za sada nijedna kompanija sa Zapadnog Balkana nije uradila ono što mi radimo - dobijamo kreditni rejting, izlazimo na evropsku berzu i emitujemo korpora-

tivnu obveznicu na toj berzi. To smo već jednom planirali, ali su nas izbijanje rata u Ukrajini, kao i kasnija nestabilnost na međunarodnim tržištima kapitala i rast kamatnih stopa, zaustavili u tome.

Mi smo danas već prisutni na međunarodnom tržištu kapitala, pošto možemo da računamo na finansijsku podršku Evropske investicione banke, Švedske izvozne banke, kao i američke EXIM banke - nismo oslonjeni samo na domaće izvore. Opet, diversifikacija izvora finansiranja je uvek dobra, a dobijanje kreditnog rejtinga i izlazak na berzu može doneti samo dobro kompaniji kao što je Telekom, koja će imati jasan i transparentan pokazatelj kako posluje, a pri tome može da bude i uzor drugima. Smatram da je to važno i zato što nam je država vlasnik - a država je i sama dobila investicioni rejting, pa se to pozitivno odražava i na Telekom.

Kada je reč o korporativnoj obveznici, nama nije cilj da povećavamo dug, već da refinansiramo deo manje povoljnih kredita, pošto već od ove godine posluje sa pozitivnim cash-flow i faktički ćemo početi da smanjujemo dug. Sma-

SPREMNI SMO DA POKRIJEMO SVE GRADOVE U SRBIJI 5G MREŽOM

Na domaćem tržištu spremaju se promene - ministar informisanja i telekomunikacija Dejan Ristić izjavio je da se očekuje da RATEL do sredine naredne godine okonča neophodnu proceduru kako bi telekomunikacioni operatori, po dobijanju dozvola, počeli što pre da rade na uvođenju 5G mreže u Srbiji. Kako se Telekom pripremio za 5G utakmicu na domaćem terenu?

- Nedavno sam boravio u Vašingtonu, i tamo je u razgovorima provejavalo da je sada pravi trenutak za razvoj 5G mreže, pošto je ranije bilo preuranjeno, a danas, sa veštačkom inteligencijom, na stolu su mogućnosti koje će potpuno promeniti svet. Zahvaljujući toj mogućnosti transformisaće se mnogi sektori, od poljoprivrede preko industrije do medicine.

Što se tiče 5G mreže, mi smo spremni da za godinu dana od dobijanja licence „pokrijemo” sve gradove u Srbiji, a mogućnosti svih servisa, koje razvijamo sa strateškim partnerom kompanijom Vodafone, biće sve vidljivije i dostupnije. U tom smislu kao veliku šansu vidimo EXPO 2027, pogotovo što ćemo tada biti u drugoj godini razvoja 5G mreže i moći ćemo na praktičnim primerima da pokažemo njene prednosti.

Kada je reč o veštačkoj inteligenciji (VI) i njenoj primeni, koja će biti olakšana korišćenjem 5G mreže, Telekom Srbija ima dva pravca razvoja servisa - jedan pravac je primena unutar kompanije. Već ozbiljno testiramo njenu primenu u kol-centrima, a interesantno je da su neka američka istraživanja pokazala da je 67 odsto korisnika zadovoljnije uslugom VI nego komunikacijom sa operaterima. Sa druge strane, VI može da pomogne u optimizaciji mreže, da upozori na moguće kvarove i slično. Drugi pravac daje odgovor na pitanje kako da VI postane naš izvor prihoda i za to je zadužen i naš Venture fond TS Venture, koji je investirao u 12 startup kompanija, od kojih su devet iz oblasti primene VI. Osim fascinantnih ideja, koje imaju punu podršku u daljem razvoju, imali smo i prvi exit, pa smo od uložених 100.000 funti zaradili 300.000 funti. Nije loše, zar ne? Želja nam je, inače, da jednoga dana prvi srpski „jednorog” bude upravo iz našeg „jata”.

tramo da je pravi trenutak za to, pošto je počeo trend snižavanja kamatnih stopa.

Kolika je vrednost emisije i zašto je odabrana strana berza umesto Beogradske, koja se, takođe, priprema da bude mesto za plasman korporativnih obveznica?

- Sled koraka je sledeći: Skupština akcionara nam daje odobrenje za emisiju čija je vrednost u rasponu od 450 do 800 miliona evra - što znači da će konačna odluka zavisiti od situacije na tržištu, a znamo da američki Fed i Evropska centralna banka spuštaju referentne stope i trend je smanjenja kamatnih stopa.

Osim podrške Skupštine akcionara, nama je potreban kreditni rejting barem dve od tri globalne rejting agencije - Moody's, S&P ili Fitch, a zatim sledi izlazak na berzu i emitovanje obveznice. Sam



tajming emitovanja zavisiće od naše i procene partnera u ovom procesu, a to je Bank of America, ali može se desiti već do kraja oktobra ili u prvom kvartalu naredne godine. Za razliku od 2022. godine, ovoga puta je sigurno da ćemo dobiti rejting, izaći na berzu i plasirati obveznicu - sve ostalo je stvar određivanja pravog tajminga i poštovanja berzanskih procedura.

Na tajming, naravno, danas utiču brojne globalne neizvesnosti, ali sam uveren da ćemo uspešno plasirati obveznicu, dobiti dobru kamatu i refinansirati deo kredita, što će nam dati dodatnu snagu.

Kada je reč o odluci da se ide na stranu berzu, podsetio bih da smo mi prvi emitovali korporativnu obveznicu na domaćem tržištu 2020. godine, ali danas smatramo da možemo da dobijemo bolju cenu za našu obveznicu na stranoj berzi.

Telekom Srbija očigledno nastavlja sa politikom širenja putem akvizicija - među kablovskim operaterima najnovije je preuzimanje u Čurugu, dok je otvorena mogućnost za kupovinu kompanije Mondo INC, izdavača Kurira, za šta ste zatražili dozvolu Komisije za zaštitu konkurencije Severne Makedonije. Kakav je plan iza takve strategije širenja?

- Kada je reč o malim kablovskim operaterima u Srbiji, sada je njihova cena povoljnija nego ranije i možemo povoljno da „pokupimo” i takva lokalna tržišta. Što se tiče Monda, odnosno medija, mi nikada nismo krili nameru da budemo glavni agregator sadržaja u regionu, pošto verujemo da je budućnost u tome da će korisnici birati koje platforme ih interesuju, a mi svakako želimo da budemo ta „ikonica” koju će odabrati da kliknu.

Naša konkurencija stvarala je nove medijske brendove poput N1 ili Nova.rs, dok je naš pristup bio da stvaramo partnerstva sa onima koji su već bili prepoznatljivi u digitalnoj sferi. Naše partnerstvo sa Wireless Media traje već dvadesetak godina, od stvaranja portala Mondo, ali konačnu odluku o tome da li ćemo i u kom procentu ući u preuzimanje donećemo pošto regulatorna tela donesu odgovarajuće odluke.

Koji ishod očekujete kada je reč o poslovanju Telekoma na Kosovu i Metohiji?

- Mi smo najveća srpska kompanija koja je prisutna na KiM, sa 250 zaposlenih i oko 30.000 domaćinstava u srpskim sredinama, a naše poslovanje u potpunosti je regulisano Briselskim sporazumom. Nikakvih problema nismo imali



do dolaska na vlast administracije Aljbina Kurtija, koja je svesna da bi naš „odlazak” bio signal Srbima da napuste KiM. Verujem da je to namera koja stoji iza pokušaja gašenja Telekomu u avgustu prošle godine, ali smo uspjeli da ambasada SAD i država EU u Prištini dokažemo da Kurtijeva administracija u našem slučaju krši lokalne zakone, i to tako što ih tumači na jedan način kada je reč o srpskim, a na potpuno drugačiji način kada je reč o albanskim kompanijama.

Zahvaljujući međunarodnom pritisku, uspjeli smo da se odbranimo od toga, ali i pokušaja da nam oduzmu lokalne operatore koje smo preuzeli, kao i da krenemo u „kontraofanzivu”. Učestvujemo, naime, na tenderu za 5G licencu na teritoriji celog Kosova i Metohije, što mislim da nisu očekivali da će se desiti.

Trebalo je da do 26. septembra objave po kojoj proceduri će dodeljivati licence, sa čim kasne - ali sam uveren da nema razloga da ne dobijemo jednu od tri licence koja će nam omogućiti ne samo da proširimo usluge, nego i da poboljša-

mo njihov kvalitet u srpskim sredinama. Takođe, javno sam ih i upozorio tokom nedavnog boravka u Prištini da bi fingirana dodela frekventnog opsega dvema prištinskim kompanijama značila i pokretanje velikog sudskog spora ne samo protiv prištinske administracije, već i protiv ta dva postojeća operatera.

Ipak, verujem da ćemo na kraju dobiti 5G licencu i sigurno duplirati broj radnih mesta na Kosovu i Metohiji. U tome će biti i neke istorijske pravde, jer smo mi jedini mobilni operater koji tamo posluje sa profitom, za razliku od njihovih, od kojih je jedan nastao tako što je infrastruktura oteta Telekomu Srbija posle 1999. godine. Takođe, verujem da će, s obzirom na kvalitet, sve više Albanaca koristiti naše usluge.

Jedno od obaveznih pitanja kada je reč o Telekomu Srbija je da li treba očekivati privatizaciju odnosno prodaju dela paketa akcija - a podsetimo naše čitaoce da osim akcija države (58,11 odsto) i nas građana

postoji i paket od 20 odsto akcija koje kao sopstvene poseduje sam Telekom Srbija. Da li se planira promena vlasništva nad nekim od tih paketa?

- Pitanje privatizacije je pitanje za većinskog vlasnika, a naše je da radimo na tome da kompanija sve više vredi.

Vrednost Telekomu se povećala ne samo zato što imamo veću EBITDA, već smo napravili i snažnu fizičku infrastrukturu, a ušli smo i u medije i digitalne servise. Na moju veliku žalost, pošto dolazim iz „klasičnog” telco biznisa, danas on manje vredi od „medijskog” dela i digitalnih servisa, i zato očekujemo da će vrednost kompanije dalje rasti, pa nam i kreditni rejting dolazi u pravom trenutku - kada želimo da u naredne tri godine u potpunosti konsolidujemo kompaniju. Ako hoćete da budete prava multinacionalna kompanija, to je neminovno - i korporativno upravljanje i redovno izveštavanje na berzi i transparentno poslovanje. A jednom kada to uradite - nema povratka, svake godine morate biti sve bolji.

MILICA RILAK

BUSINESS TEAM PAVLOVIĆ

KOMPLETNE RAČUNOVODSTVENE
I KNJIGOVODSTVENE USLUGE

AGENCIJSKO ZAPOSŁJAVANJE RADNIKA

RAČUNOVODSTEVNO PRAVNI POSLOVI



Cvetka Cakovića 1
19000 Zaječar
019/418011
064/3435028

biznistimpavlovic@gmail.com

FRIGO ❄️ HOME

hladnjača za sve vrste roba
svi temperaturni režimi • zamrzavanje • plusni • minusni

Dragoslava Bojića 9A
32000 Čačak
064 85 260 50
jankoviczoran78@gmail.com
www.frigohome.rs





SPREMNI SMO DA ISKORISTIMO 5G TEHNOLOGIJU

TRŽIŠTE TELEKOMUNIKACIJA U SRBIJI JE PROŠLO KROZ ZNAČAJNU EVOLUCIJU, POSEBNO U SMISLU USPONA DIGITALNIH I FIKSNIH USLUGA. TRŽIŠTE JE KONKURENTNO, A POTRAŽNJA ZA BRZIM INTERNETOM I KONVERGENTNIM USLUGAMA BRZO RASTE. A1 SRBIJA JE U DOBROJ POZICIJI DA ISKORISTI OVU POTRAŽNJU, POSEBNO IMAJUĆI U VIDU DA PROŠIRUJEMO NAŠU OPTIČKU INFRASTRUKTURU I NUDIMO PRILAGOĐENJA REŠENJA ZA PRIVATNE I POSLOVNE KORISNIKE

A1 Srbija je u protekloj godini nastavila trend stabilnog rasta i ostvarila rast prihoda i broja korisnika u izuzetno konkurentnom okruženju, vođena prvenstveno širenjem usluga i jačanjem naše B2B ponude. Ključ napretka na zrelom tržištu kao što je tržište telekomunikacija u Srbiji najviše zavisi od dobrog prepoznavanja potreba korisnika. Ono što je našim korisnicima bilo važno je prenos velikih količina podataka, a mi smo im obezbedili novu strukturu proizvoda. To uključuje dodatne usluge, kao što su A1 Pametno putno osiguranje i osiguranje uređaja, a pružili smo podršku i preduzećima, razvojem inovativnih rešenja koja unapređuju poslovanje, kao i obezbeđivanjem pokrivenog prelaska na on-lajn prostor i sigurnost u njemu.

Ovakvo poslovne rezultate kompanije A1 Srbija u protekloj godini ocenjuje generalna direktorka Judit Albers. U razgovoru za Biznis.rs ona govori o prvim iskustvima na poziciji koju je preuzela početkom 2024. godine, tržištu telekomunikacija u Srbiji i planovima za privlačenje novih korisnika, kao i o uvođenju dodatnih inovacija u poslovanje.

Koje su najveće promene ili novine koje je A1 Srbija uvela u prethodnom periodu i kako su one uticale na tržište?

- Napravili smo značajne korake, posebno akvizicijom kompanije Conexio Metro, ka proširenju naše optičke infrastrukture. Takođe, fokusirali smo se na ekološku održivost, integracijom solar-nih panela u naše bazne stanice i pro-

movisanjem energetske efikasnosti.

Štaviše, naš prodor u digitalne usluge i podršku sajber bezbednosti za B2B/B2B2C rešenja pružio nam je konkurentsku prednost na tržištu informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) koje se brzo razvija, što utiče kako na očekivanja potrošača, tako i na dinamiku tržišta.

Na primer, pomenula sam Pametno putno osiguranje. Mi smo i dalje jedini mobilni operator koji nudi tako jedinstveno i jednostavno rešenje koje se do pre nekoliko godina nije moglo ni zamisliti u ponudi nekog mobilnog operatora. Sada je naše rešenje obišlo svet zajedno sa našim korisnicima – 134 zemlje sveta i do sada 800.000 osiguranih dana. To je savršen primer kako mobilni operator može da unapredi digitalni i svakodnevni život svojih korisnika, pružajući im jedinstvenu uslugu.

Kakva su bila vaša prva iskustva na novoj poziciji? Kako ste se prilagodili novom tržištu i novom timu? Koji su najveći izazovi sa kojima ste se suočili od preuzimanja dužnosti?

- Preuzimanje nove uloge u novoj zemlji je uvek proces učenja, ali ja sam imala sreću da imam talentovan tim i jaku tržišnu poziciju na koje sam mogla da se oslonim. Jedan od ključnih izazova je bio razumevanje nijansi srpskog tržišta i usklađivanje naše strategije sa lokalnim potrebama. Glavni fokus je stavljen na pripremanje našeg tima za prelazak na konvergentne usluge, što zahteva rad na internoj promeni načina razmišljanja.

Sve u svemu, otvorenost tima i jasna vizija kompanije pomogli su nam da prevaziđemo ove izazove i nastavimo da napredujemo.

Koji su Vaši prioriteti na ovoj poziciji i kako planirate da unapredite rad kompanije?

- Moj fokus je usmeren na tri ključna stuba: inovacije, korisničko iskustvo i održivost. Inovacije nisu samo držanje koraka sa trendovima u telekomunikacijama; reč je o osmišljavanju rešenja koja su prilagođena jedinstvenim potrebama lokalnog tržišta. Po pitanju korisničkog iskustva, naš cilj je da ponudimo usluge koje su personalizovane, prilagođene korisniku i lako dostupne. Što se tiče održivosti, ona je od presudnog značaja za naše poslovanje – ne samo iz perspektive zaštite životne sredine, već i za potrebe izgradnje prilagodljivih mreža, spremnih za budućnost. Sa velikim nestrpljenjem očekujem da vidim kako A1 Srbija nastavlja da bude lider u ovim oblastima.

Kako ocenjujete trenutnu situaciju na tržištu telekomunikacija u Srbiji? Kako se čitav sektor držao u proteklih nekoliko godina i gde vidite najveće prilike za A1?

- Tržište telekomunikacija u Srbiji je prošlo kroz značajnu evoluciju, posebno u smislu uspona digitalnih i fiksnih usluga. Tržište je konkurentno, a potražnja za brzim internetom i konvergentnim uslugama brzo raste. A1 Srbija je u dobroj poziciji da iskoristi ovu potražnju, posebno imajući u vidu da proširujemo našu optičku infrastrukturu i nudimo prilagođenija rešenja za privatne i poslovne korisnike.

Verujem da najveće mogućnosti leže u konvergentnim uslugama, 5G tehnologiji i daljim partnerstvima sa malim i srednjim preduzećima i startup ekosistemima. Na primer, u toku je druga sezona našeg A1 Programa partnerstva sa regionalnom dimenzijom, koji se naročito fokusira na inovativna rešenja za sektor maloprodaje. Inicijativa ima za cilj da ubrza razvoj i implementaciju digitalnih rešenja u Srbiji i regionu. Poziv je namenjen inovativnim tehnološkim kompanijama i startupima u fazi skaliranja koji su razvili digitalna B2B ili B2B2C rešenja namenjena maloprodaji i imaju prve korisnike.



Koja je vaša strategija za privlačenje novih korisnika?

- Naša strategija se fokusira na ponudu posebno prilagođenih rešenja koja zadovoljavaju jedinstvene potrebe pojedinačnih potrošača i preduzeća. Sa širenjem naše optičke mreže i konvergencijom usluga na mobilnim, fiksnim i digitalnim platformama, možemo da pružimo besprekorno iskustvo koje nas izdvaja od drugih.

A1 Srbija stavlja poseban akcenat na formiranje jakih partnerstava sa vrhunskim pružaocima OTT usluga, uključujući globalne gigante u oblasti deljenja sadržaja, kao što je Netflix. Dovođenjem zabavnih sadržaja svetske klase direktno na lokalno tržište, želimo da ove usluge učinimo dostupnijim i pristupačnijim za naše korisnike. To je jedna od ključnih prednosti koje imamo kao deo A1 grupe, jakog igrača na međunarodnom nivou.

Takođe, poklanjamo veliku pažnju podizanju kvaliteta naše korisničke usluge, korišćenjem alata na bazi veštačke inteligencije kako bismo unapredili putovanje i angažovanje korisnika. Strateška partnerstva i naše učešće u projektima zajednice, kao što su A1 Kinoteka i druge CSR inicijative, pomažu nam da izgradimo poverenje i lojalnost kod novih i postojećih korisnika.

A1 Srbija je nedavno objavila kupovinu 100 odsto akcija kompanije Conexio Metro. Šta očekujete od ovakvog nastavka razvoja vaše optičke infrastrukture?

- Prošle godine smo objavili ambiciozni plan za izgradnju sopstvene optičke mreže, sa fokusom na FTTH (Fiber to the Home) arhitekturu. To je označilo značajan korak ka pružanju fiksnih usluga. Od tada za potrebe FTTH mreže postavljamo cevi za optički kabl, a radovi se izvode u Beogradu, Kragujevcu i Nišu.

Kupovina kompanije Conexio Metro je ključna za proširenje naše optičke infrastrukture u Beogradu, jer se njom obezbeđuje vlasništvo nad 300 km optičkog kabla i pristup desetinama hiljada domova, posebno na području Novog Beograda.

Optička mreža će nam omogućiti da pružamo usluge širokopojasnog pristupa internetu velike brzine, čime se dodatno jača naša pozicija. Naši korisnici će moći da upravljaju svim svojim komunikacionim potrebama uz pomoć A1 Srbija kao



VEŠTAČKA INTELIGENCIJA DONOSI REVOLUCIJU U KOMUNIKACIJI SA KORISNICIMA

Veštačka inteligencija je postala sveprisutna tema. U kojoj meri vaša kompanija primenjuje AI rešenja ili alate u svom radu i na koji način? Kakvi su planovi za budućnost?

- AI je već sastavni deo našeg poslovanja, posebno u delu koji se odnosi na poboljšanje korisničkog iskustva. Koristimo četbotove koje pokreće veštačka inteligencija i prediktivnu analitiku da bismo poboljšali korisničku podršku i pružili personalizovane preporuke. Radujemo se istraživanju potencijala veštačke inteligencije u oblastima kao što su optimizacija mreže, automatizacija procesa i pametne usluge koje će doneti revoluciju u načinu na koji komuniciramo sa korisnicima i upravljamo našim poslovanjem.

svojim pouzdanim, jedinstvenim provajderom. Pored toga, fiksna mreža pruža stabilnu osnovu za tehnologije budućnosti, čime se osigurava da naši korisnici uvek budu na čelu inovacija.

Na koje još načine A1 planira da održi korak sa tehnološkim inovacijama? Kakvi su vaši planovi u vezi sa 5G mrežom, s obzirom na to da predstoji raspisivanje aukcije za dodelu frekvencija za 5G mrežu?

- A1 je na čelu tehnoloških inovacija, a predstojeća aukcija frekventijskog spektra za 5G mrežu je značajna prekretnica za nas. Potpuno smo spremni da učestvujemo i iskoristimo 5G tehnologiju za pružanje brzih i pouzdanijih usluga. Razvoj 5G i optičkih mreža je od presudnog značaja za naš budući uspeh i digitalnu budućnost Srbije.

Naši stručnjaci su radili na uvođenju 5G mreže u Sloveniji, jer smo donedavno bili deo istog klastera, i imamo dragocena iskustva koja će unaprediti i ubrzati uvođenje ove mreže u Srbiji. U Austriji, zemlji iz koje sam došla u Srbiju, A1 je jedan od vodećih telekom operatera u zemlji, i pokrenuli smo nekoliko inovativnih usluga i projekata koji koriste 5G, kao što su 5G Campus Networks, gde je A1 razvio privatne 5G mreže za preduzeća, omogućavajući im da imaju svoju namensku i bezbednu 5G infrastrukturu. To je posebno korisno u sektorima kao što su logistika i proizvodnja, gde je pouzdana komunikacija sa malim kašnjenjem ključna za poslovanje.

Vaša najnovija marketinška kampanja, Mreža najvažnijih influensera, privukla je veliku pažnju javnosti zbog svoje specifičnosti. Da li planirate još neke

novitete na tom polju ili neke nove CSR aktivnosti?

- Prosvetni radnici su okosnica društva, koji oblikuju ne samo um, već i karakter i društvene veštine. Ekskluzivna ponuda za njih odražava našu posvećenost podršci onima koji igraju tako vitalnu ulogu u našim zajednicama. Za naše najvažnije influensere obezbedili smo najvažniji proizvod koji imamo - mobilni internet, i to neograničeno, na godinu dana sa bilo kojom A1 postpejd tarifom.

Podržavanje digitalne pismenosti i odgovorno korišćenje interneta deo su naše misije. Jedan od projekata zbog kojih sam posebno uzbuđena je naša predstojeća platforma, koja će se fokusirati na pomažanje ljudima, posebno mlađim korisnicima, da se bezbednije i odgovornije kreću kroz svet interneta. Bez obzira na to da li se radi o borbi protiv maltretiranja putem interneta ili promovisanju digitalnog zdravlja, ova platforma će ponuditi alate i resurse koji će pomoći da svi imaju bolje i bezbednije iskustvo na mreži.

Koji su Vaši dugoročni planovi za razvoj kompanije u Srbiji i koji su ključni ciljevi za narednu godinu?

- Naša dugoročna vizija je da učvrstimo A1 Srbija kao konvergentnog operatora koji nudi sveobuhvatan paket digitalnih, mobilnih i fiksnih usluga. To smo uspešno završili zahvaljujući više od milijardu evra investicija od starta našeg poslovanja u Srbiji. Naredne godine značajno ćemo uložiti u širenje naše optičke infrastrukture, lansiranje 5G i razvijanje inovativnih digitalnih rešenja koja ispunjavaju potrebe naših privatnih i poslovnih korisnika. Još jača posvećenost održivosti i još bolje korisničko iskustvo ostaju ključni stubovi naše strategije.

 MARKO ANDREJIĆ

ISTRAŽIVANJE O NAJVIŠIM LIČNIM PRIMANJIMA

NAJVEĆE PROSEČNE PLATE U IT INDUSTRIJI I U BEOGRADU

KOJA DOMAĆA PREDUZEĆA SU NAJBOLJE PLAĆALA SVOJE ZAPOSLENE U 2023. GODINI? KOLIKO IMA KOMPA NIJA SA VIŠE OD 100 ZAPOSLENIH, KOJE MOGU DA SE POHVALE VEOMA VISOKIM LIČNIM PRIMANJIMA? U KOJIM OBLASTIMA ONE NAJČEŠĆE POSLUJU? OVO SU SAMO NEKA OD PITANJA NA KOJA SMO POKUŠALI DA ODGOVORIMO U NAŠEM REDOVNOM GODIŠNJEM ISTRAŽIVANJU O PLATAMA U SRPSKOJ PRIVREDI

Nema univerzalnog odgovora na pitanje koliki procenat zaposlenih koji prima minimalnu platu je „održiv“ za ekonomiju neke zemlje, jer to zavisi od specifičnih ekonomskih, socijalnih i kulturnih faktora. Viši procenat radnika sa minimalnom zaradom svakako se češće uočava kod ekonomija u razvoju.

Kada je reč o Srbiji, statistički posmatrano svi pokazatelji ličnih zarada, inflacije i potrošačkih korpi na kraju 2023. godine bili su viši nego godinu dana ranije, mada nisu rasli istim tempom. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, vrednost prosečne mesečne potrošačke korpe skočila je za godinu dana za devet odsto (na 101.545,64 dinara za tročlanu proodicu), a minimalne za 8,6 odsto (na 52.527,99 dinara).

Nominalni rast bruto zarada u istom periodu iznosio je 13,1 odsto, a 5,1 odsto realno. Drugim rečima, prosečne plate po ovoj statistici jesu ispratile i čak nadmašile stopu rasta godišnje in-

flacije, koja je u decembru iznosila 7,6 odsto.

Ogroman broj preduzeća radnicima isplaćivao minimalac

Minimalna neto zarada po radnom času uvećana je u 2023. na 230 dinara, sa 201,22 dinara godinu dana ranije, što znači da su najmanje propisane neto zarade uvećane za oko 12,5 odsto nominalno na godišnjem nivou.

U zavisnosti od broja radnih sati u mesecu, minimalac je u 2023. godini iznosio između 36.800 dinara i 42.320 dinara neto, odnosno 49.399,14 dinara i 57.273,61 dinar bruto.

Prema podacima koje je portalu Biznis.rs ekskluzivno prosledila regionalna bonitetna kuća CompanyWall, ukupan broj privrednih društava koji je tokom 2023. godine isplaćivao prosečne bruto zarade niže od 55.000 dinara iznosio je 47.881. To je poražavajuća informacija kada se uzme u obzir da je

FOTO: BIZNIS.RS

Tabela 1: Preduzeća sa najvećim prosečnim primanjima zaposlenih u 2023. (najmanje 10 zaposlenih)

IME PREDUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH	PROSEČNA BRUTO PRIMANJA PO ZAPOSLENOM	UKUPNI GODIŠNJI TROŠKOVI LIČNIH PRIMANJA
VALIR DOO	18	4.722.255	1.020.007.000
SISTEMI BAND DOO	13	3.348.596	522.381.000
KNOWIT DOO BEOGRAD-STARI GRAD	39	2.973.100	1.391.411.000
KATAGO CONSTRUCTION DOO RUMA	19	2.287.355	521.517.000
CT MANAGEMENT & CONSULTING SERVICES	17	1.985.456	405.033.000
FLANER D.O.O.	17	1.717.917	350.455.000
SM Vortex DOO	12	1.714.069	246.826.000
ATRIUM INVESTMENT GROUP DOO	11	1.593.992	210.407.000
MDS INFORMATIČKI INŽENJERING DOO BEOGRAD	97	1.512.402	1.760.436.000
SANI ECO VITA DOO LAZAREVAC	16	1.489.438	285.972.000

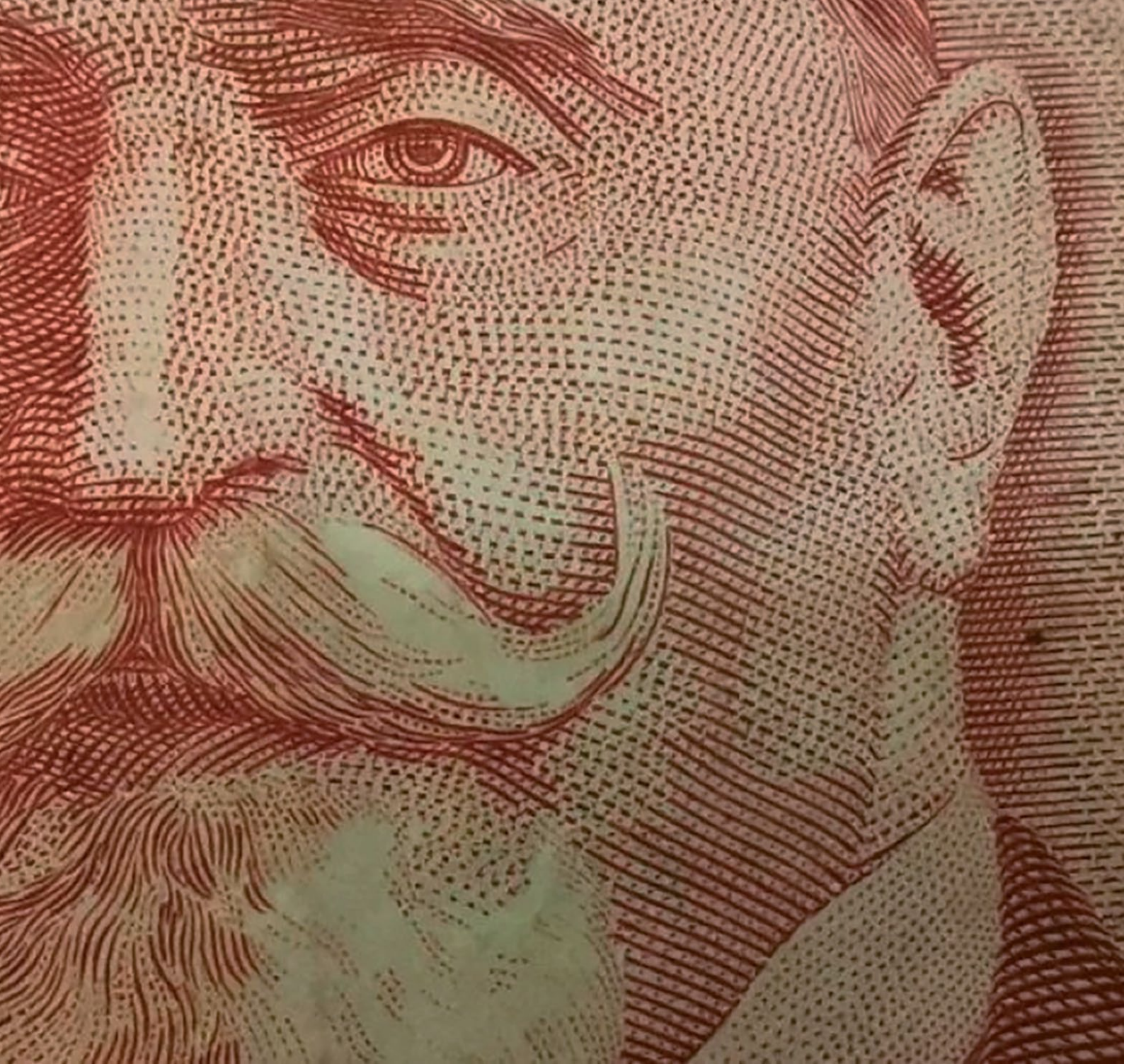


Tabela 2: Preduzeća sa najvećim prosečnim primanjima zaposlenih u 2023. (najmanje 50 zaposlenih)

IME PREDUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH	PROSEČNA BRUTO PRIMANJA PO ZAPOSLENOM	UKUPNI GODIŠNJI TROŠKOVI LIČNIH PRIMANJA
MDS INFORMATIČKI INŽENJERING DOO BEOGRAD	97	1.512.402	1.760.436.000
MICROSOFT SOFTWARE DOO BEOGRAD	612	1.000.924	7.350.789.000
HUAWEI TECHNOLOGIES DOO BEOGRAD	78	910.559	852.283.000
IBM-INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES	86	897.489	926.209.000
INKOP DOO ČUPRIJA	137	893.495	1.468.906.000
3Lateral doo	141	807.664	1.366.567.000
MAGNA PHARMACIA DOO BEOGRAD	118	803.102	1.137.192.000
CISCO SRBIJA DOO BEOGRAD	74	789.399	700.986.000
DOO EKO MABER INŽENJERING PANČEVO	54	746.804	483.929.000
DOO PUT-INVEST NOVI SAD	141	726.215	1.228.755.000



METODOLOGIJA

Za potrebe našeg istraživanja sastavili smo tabelu kompanija sa najvećim mesečnim bruto ličnim primanjima. Ovo je podatak koji se dostavlja u obaveznim godišnjim finansijskim izveštajima i obuhvata – pored stalne bruto zarade zaposlenih – i sve eventualne dodatne naknade i bonuse, i informativnog je karaktera. Dobija se kada se ukupni troškovi zarada, naknada zarada i ostalih ličnih rashoda podele sa brojem zaposlenih i sa 12 meseci u godini.

To je najpribližniji dostupni parametar ličnih primanja. Svakako će one kompanije koje isplaćuju visoke naknade menadžerskim pozicijama imati prikazana i uvećana prosečna primanja zaposlenih – to je uobičajena pojava u celom svetu i zato smo ovom prilikom posebno obuhvatili preduzeća sa deset ili više zaposlenih, kao i preduzeća sa 50, te 100 ili više zaposlenih. Preduslov je i da posmatrane kompanije posluju bar pet godina – kako bi u obzir bila uzeta i njihova poslovna stabilnost, odnosno postojanost na tržištu.

Takođe, iz računice smo izostavili sportska udruženja i klubove jer je kod njih specifična fluktuacija zaposlenih – sportista – sa velikim naknadama i regulisanim dodatnim pravnim aktima, kao i humanitarna društva, u čijim isplatama naknada se uglavnom nalaze direktni korisnici dobrotvornih donacija.

prošle godine u našoj zemlji poslovalo 136.602 preduzeća i 119.684 preduzetnika, po evidenciji Agencije za privredne registre.

Procenat firmi sa „potplaćenim” radnicima opada kako se broj zaposlenih u njima povećava – u 2023. bilo je 993 preduzeća sa deset ili više zaposlenih, koje su u proseku isplaćivale bruto platu ispod 55.000 dinara, a 51 firma sa više od 50 zaposlenih.

Nasuprot tome, želeli smo po istom kriterijumu da izdvojimo ona preduzeća čiji zaposleni su beležili najveća mesečna lična primanja.

Među najboljim „platišama” informatičari

Ne postoji univerzalna formula ili preporučeni odnos dobiti koji bi trebalo

da se isplaćuje kao plata zaposlenima, jer to zavisi od specifičnosti svake industrije, veličine preduzeća i privrednih uslova u svakoj državi ponaosob.

Ipak, postoje neki opšti principi i preporuke za „ponašanje” kompanija u zdravim tržišnim ekonomijama. Recimo, mnogi analitičari sugerišu da bi preduzeća mogla da dodele između 10 i 20 odsto svojih neto dobiti za povišice ili bonuse zaposlenima. U nekim industrijama se koristi odnos plata (na primer, ratio platnih razlika) između najplaćenijih i najmanje plaćenih radnika. U idealnom slučaju, ovaj odnos bi trebalo da bude u granicama između 10:1 i 20:1 za velike firme sa razvijenim menadžmentom.

Republički zavod za statistiku je izveštio da je prosečna bruto zarada obraču-

nata za decembar 2023. godine iznosila 130.405 dinara, dok je prosečna zarada bez poreza i doprinosa (neto) iznosila 95.093 dinara. Medijska plata, odnosno granica do koje je 50 odsto zaposlenih u zemlji primalo lične mesečne zarade, iznosila je 69.842 dinara neto, odnosno oko 95.777 dinara bruto.

Na listi domaćih preduzeća sa najvećim bruto ličnim primanjima dominiraju privredna društva iz sektora informacionih tehnologija. To se vidi i po izdvojenom segmentu deset prvoplasiranih firmi sa više od deset zaposlenih, gde je pet ovakvih pravnih lica, dok je na prvom mestu beogradski Valir d.o.o., koji se bavi nespecijalizovanom trgovinom na veliko.

Kada je reč o preduzećima sa više od 50 zaposlenih, na prvom mestu je MDS Informatički inženjering d.o.o., takođe, iz Beograda, sa 1.512.402 dinara mesečno bruto po zaposlenom, za ukupno 97 radnika.

U priloženim tabelama vide se pojedina ponavljanja firmi sa većim brojem zaposlenih u kategorijama sa širim opsegom, i to je u principu dobar pokazatelj – osim toga da još jednom ističe važnost IT kompanija u domaćoj privredi.

Postoji nekoliko razloga zašto je važno da kompanije sa velikim brojem zaposlenih imaju bolji prosek plata u poređenju sa manjim kompanijama. Pre svega, veće kompanije često imaju veće resurse i mogućnosti za privlačenje i zadržavanje talentovanih radnika. Visok prosek plata može ih učiniti atraktivnijim poslodavcem.

Za razliku od manjih privrednih subjekata, one mogu ostvariti ekonomiju

Tabela 3: Preduzeća sa najvećim prosečnim primanjima zaposlenih u 2023. (najmanje 100 zaposlenih)

IME PREDUZEĆA	BROJ ZAPOSLENIH	PROSEČNA BRUTO PRIMANJA PO ZAPOSLENOM	UKUPNI GODIŠNJI TROŠKOVI LIČNIH PRIMANJA
MICROSOFT SOFTWARE DOO BEOGRAD	612	1.000.924	7.350.789.000
INKOP DOO ČUPRIJA	137	893.495	1.468.906.000
3Lateral doo	141	807.664	1.366.567.000
MAGNA PHARMACIA DOO BEOGRAD	118	803.102	1.137.192.000
DOO PUT-INVEST NOVI SAD	141	726.215	1.228.755.000
NORDEUS DOO BEOGRAD	214	699.704	1.796.839.000
EDEPRO DOO BEOGRAD	296	625.834	2.222.961.000
SMATSA DOO	903	616.824	6.683.909.000
INTERVENTURE DOO BEOGRAD	301	576.877	2.083.681.000
SAP WEST BALKANS DOO BEOGRAD	255	575.320	1.760.478.000

obima, što im omogućava da smanje troškove po zaposlenom i istovremeno nude bolje lične zarade. U isto vreme, one neretko imaju stabilnije prihode i manje su podložne ekonomskim fluktuacijama, što im omogućava da ponude bolje plate i beneficije.

U ovom slučaju, to su primeri MDS Informatičkog inženjeringa, Microsofta, Inkopa, 3Laterala, Magna Pharmacije, Put-Investa – tri IT firme, dve građevinske i jedne farmaceutske.

Prosečna mesečna lična primanja u Microsoftu bila su 1.000.924 dinara, na ukupno 612 zaposlenih. To predstavlja značajan doprinos lokalnoj ekonomiji.

Takođe, na tabeli firmi sa najviše zaposlenih važno je napomenuti da ih je polovina u domaćem vlasništvu (Inkop, Put-Invest, Edepro, SMATSA, Interventure), i polovina u stranom (Microsoft, Nordeus, 3Lateral, Magna Pharmacia, SAP) – a od tih pet stranih, dve su kompanije došle iz inostranstva i otvorile svoja predstavništva u Srbiji (Microsoft, SAP), dok su preostale u jednom trenutku prodate stranim kupcima.

Kada se govori o ukupnim godišnjim izdavanjima za zaposlene na godišnjem nivou, apsolutni šampion u Srbiji je Elektroprivreda Srbije (EPS), sa 39.007.946.000 dinara.

To je i razumljivo jer je reč o najvećem poslodavcu u zemlji, koji je u 2023. imao 19.595 radnika, sa prosečnim mesečnim bruto primanjima od 165.892,43 dinara.

Šta možemo očekivati u statistici za 2024. godinu?

Sudeći po zvaničnoj statistici, rast prosečnih domaćih neto plata nastao se i ove godine, realno za 9,6 odsto, što je opet „brže” od inflacije u istom periodu. Gledano po delatnostima, najveće prosečne neto zarade zabeležene su u energetici, vazdušnom saobraćaju, duvanskoj industriji, dok je apsolutni rekorder i dalje oblast računarskog programiranja, sa prosečnom neto zaradom, bez bonusa i dodataka, od 282.245 dinara.

Velika većina ovakvih radnika zaposlena je u nekoliko najvećih gradova u

zemlji, pre svega u Beogradu, pa Novom Sadu, Nišu i Kragujevcu. Po visini ličnih primanja u zemlji godinama već prednjače zaposleni u beogradskim opštinama Stari Grad, Vračar, Novi Beograd i Savski venac. Prosečne neto zarade u Starom gradu krajem jula 2024. iznosile su 172.873 dinara, a u Vračaru 164.751 dinar. Najniže su bile u Bojniku (66.219 dinara) i Preševu (66.500 dinara).

Iz toga se može zaključiti da su najviše zarade i u 2024. ostale u domaćem IT sektoru, koji je po svim merilima konkurentan u Evropi i svetu. To su svakako lepe vesti, a nisu više ni toliko nove. Ostaje važno pitanje, međutim, velikog broja ljudi koji ostaju na „minimalcu”. Redovno usklađivanje iznosa minimalne zarade, kao i smanjivanje broja radnika koji primaju taj iznos, nije problem koji može da se reši preko noći, ali bitno je da članovi sindikata, poslodavci i predstavnici vlasti nastave zajedno da rade na tom procesu.

 MARKO MILADINOVIĆ



GUMA TRADE 2017

FELNE I GUME ZA POLJOPRIVREDNU MEHANIZACIJU

Blagoja Brančića 78 21226 Bačko Petrovo Selo
063 190 99 93 062 187 79 84 063 811 61 80
nagyan878@gmail.com



KONTO MAG
**KNJIGOVODSTVENA
AGENCIJA**

Krajiška 70
11080 Beograd, Zemun
064/1180609
kontomaggole@gmail.com



MINILUX BOJE I LAKOVI • ŠRAFOVSKA ROBA
METALNA ROBA • ALATI
SVE ZA IZOLACIJE I FASADE

Braće Petrović 115a
15232 Šabac, Jevremovac
061/2802895
miniluxdd2018@gmail.com



**KNJIGOVODSTVENA AGENCIJA
BIZNIS PLUS**

Vojvode Mišića 7
31210 Požega
031/715582
biznispozega@gmail.com

KOKONETTING

mreže za pakovanje
jelki

Kruševica 430 16210 Vlasotince
016/875383 kokonetting@gmail.com



KVM Tehnik Smederevo

Пројектовање и уградња противпожарних система
Аутоматска дојава пожара



Ђуре Даничића 6/лок 1
11300 Смедерево
064/ 329 21 84
info@kvmtehnika.rs
www.kvmtehnika.rs





Kafana
**STARA
PROMENADA**

Promenada 31
22000 Sremska Mitrovica
022/621422 065/2554204
otovicdraza@gmail.com




KOMBI PREVOZ

DUŠAN DIMITRIJEVIĆ

Beogradska 8 36214 Beograd, Zaklopača
060/5021414
dusandimitrijevic20@gmail.com

EFEKTA

špedicija
carinjenje robe
međunarodni transport



Braće Mićić 103 31210 Požega
031/713816 031/714942 063/8352175
efektadoo@mts.rs

MICRON – POVRATAK OTPISANIH



Vaso Dulović
Ilirika

Micron je proizvođač memorijskih čipova ili generalno „memorije“ (DRAM i NAND). To je jedina takva kompanija u SAD, a na globalnoj sceni postoje još samo dve sličnog profila i obe su iz Južne Koreje – Samsung i SK Hynix. Rast segmenta memorije poluprovodnika u narednoj deceniji će nadmašiti rast poluprovodnika uglavnom zbog trendova pokrenutih preko veštačke inteligencije i autonomnih vozila. AI modeli zahtevaju mnogo memorije, zbog potrebe obrade veoma velikih količina podataka, pa smo tako došli do teme HBM - High Bandwidth Memory koja se ugrađuje na AI čipove iz Nvidije i AMD-a.

Micron je osvojio ovu tehnologiju, ali pre nekoliko meseci niko sa sigurnošću nije mogao znati u kojoj meri će ona biti tražena i vrednovana. Ipak, postojao je takozvani „hajp“ i akcija je brzo eksplodirala, pošto se baš zbog HBM-a automatski našla na listi lovaca na AI imena. Paralelno se počeo nazirati i kraj silaznog ciklusa tradicionalne memorije koja se ugrađuje u personalne računare i koristi generalno u svetu computinga, pa je akcija od marta do druge polovine juna gotovo udvostručila vrednost. Ipak, nakon što je dosegla maksimum na oko 155 dolara po akciji, počinje njeno naglo slabljenje i ekspresni povratak na početni nivo iz marta od oko 85 dolara.

Početne impresije i očekivanja počinju se preispitivati iako je sama kompanija jasno naznačila da je HBM već potpuno rasprodat za 2024. i 2025. Sve je više spekulacija da je na tržištu memorije došlo do nagomilavanja zaliha i da je u pauzi novog uzlaznog ciklusa moguć kraći silazni trend, a pominjala se i moguća preterana ponuda HBM memorije, jer su se aktivirali SK Hynix i Samsung (poslednji sa zakašnjenjem). Posledično se Micron, iako tehnološka akcija, samo na kratko oporavio tokom avgustovskog uzleta, pre nego što se cena ponovo u slobodnom padu vratila na nivo sa početka tekuće godine, čime je praktično potvrta sva premija na hartiji zarad izloženosti AI tržištu.

Više investicionih banaka je u međuvremeno srezalo target cene u uverenju da je tema memorijskog buma na Micronu nesigurna, da su očekivanja prevelika i da bi cene memorije mogle biti pod pritiskom do kraja godine zbog povećane ponude, nagomilanih zaliha i nedovoljne

potražnje. Cena se ipak održavala na 87-94 dolara u iščekivanju objave rezultata za poslednji kvartal fiskalne 2024, koji se poklapa sa drugim kvartalom tekuće kalendarske godine. Objavljeni rezultati od 25. septembra bili su hladan tuš za sve „neverne Tome“. Ne samo da su nadmašene projekcije konsenzusa, već je menadžment podigao očekivanja za prvi kvartal 2025, citirajući abnormalnu potražnju za HBM, rastuću tražnju za tradicionalnom memorijom i posledično popravljanje profitnih margina izvan opsega prvobitnih očekivanja. Akcija je već sledećeg dana skočila 19 odsto, jer se shodno inoviranim projekcijama trgovala na PE od ispod 10x, što je za tehnološki sektor prilika koja se teško može uočiti. Istovremeno su njena saopštenja vodila i skok na širem tehnološkom sektoru, jer indikacije koje daje Micron imaju direktnog uticaja na to kako bi se moglo odvijati poslovanje Nvidije ili AMD-a. Nakon, jačeg početnog skoka usledila je negativna korekcija koja je trajala četiri uzastopna dana, a uglavnom kao posledica šireg tržišnog sentimenta – pre svega eskalacije na Bliskom Istoku.

U momentu pisanja ovog teksta cena je stabilizovana na oko 102 dolara. Opreza radi, mora se naglasiti da Micron zbog cikličnosti industrije nikada nije trgovan na visokim pokazateljima, pa se u njegovom slučaju ne može očekivati PE od 35-40x kao kod nekih drugih tehnoloških imena, ali PE od 8x za 2025. i 2026. uz naglasak menadžmenta da je pred kompanijom najbolja sezona ikada i da bi cikličnost zbog AI razvoja mogla biti ublažena, u najmanju ruku nam daje atraktivan odnos rizika i nagrade (risk/reward) na aktuelnim cenovnim nivoima. Ubedljivo najveći rizik trenutno po sentiment na ovoj hartiji dolazi iz oblasti koja nije pod njenom kontrolom – napad Izraela na naftna postrojenja Irana, koji bi mogao da pogura cenu nafte na preko 100 dolara po barelu i obnovi inflaciona očekivanja, i to baš u trenutku početka ciklusa monetarnog popuštanja. Iako to nema direktne veze sa čipovima, izvesno bi erodiralo sentiment na celom tržištu i ne bi bilo moguće da se cena hartija značajno pomeri naviše, uprkos dobrim postavkama i očekivanjima. Rizik od recesije u SAD je nakon poslednjeg izveštaja sa tržišta rada prilično umanjen, tako da u slučaju smirivanja tenzija na Bliskom Istoku, nema većih prepreka da ova akcija ponovo uzleti.



GROS INOX

PRODAJA NAUČIČKE OPREME

Partizanskih Baza 4 21000 Novi Sad

021/400596 064/6117280

office@grosinox.co.rs

www.grosinox.co.rs



PLOVILA • VANBRODSKI MOTORI
NAUČIČKA OPREMA
PROHROMSKA VIJČANA ROBA



KOVIS®

proizvodnja metalnih delova

Industrijska Zona 5

21400 Bačka Palanka

021/754-187

info@bp.kovis-group.com

www.kovis-group.com

Lazur

računovodstvene i
knjigovodstvene usluge



Bulevar Mihajla Pupina 10z/I Pp2

11070 Beograd, Novi Beograd

011/3110138

lazurdoo@yahoo.com

THERE IS NO SECOND BEST



**Aleksandar
Matanović**

vlasnik kripto
menjačnice ECD

Na leto 2020. godine kompanija Microstrategy usvojila je „bitcoin strategiju” koja se svodi na to da su sav višak novca, kao i buduće prihode, pretvorili u bitcoin. Pored toga su nalazili načine da prikupe dodatna sredstva, uglavnom kroz pozajmice, za kupovinu još bitcoina. Četiri godine kasnije, strategija deluje kao pun pogodak. Microstrategy poseduje više od jednog procenta svih bitcoina, a vrednost akcija kompanije u tom periodu porasla je više čak i od Nvidie.

Majkl Sejlör, osnivač kompanije Microstrategy, postao je jedan od glavnih globalnih ambasadora i promotera bitcoina. Poznat i po tome što ignoriše sve druge kriptovalute, a na pitanje koja je druga najbolja kriptovaluta uvek odgovara sa „there is no second best”, naglašavajući time da se altkoini ne mogu ni porediti sa najpopularnijom kriptovalutom.

Početkom godine bitcoin je debitovao na američkoj berzi kroz takozvane ETF-ove, oborivši pritom mnoge rekorde. Nekoliko meseci kasnije došao je red i na drugu najjaču kriptovalutu da se pokaže u toj novoj areni. Ipak, iako se ne može reći da nema interesovanja za ethereum ETF-ove, deluje da Vol Strit razmišlja slično kao Majkl Sejlör. U prvih mesec dana trgovanja bitcoin ETF-ovi su beležili prosečno 125 miliona dolara priliva novog kapitala dnevno. S druge strane, ethereum je u svojim prvih mesec dana išao u suprotnom smeru, sa više od 20 miliona dolara odliva dnevno u proseku. Iako ukupan obim trgovine ethereum ETF-a u prvom danu uopšte nije loš, sa oko 1,1 milijardom dolara, dosta je daleko od kraljev-

skog dočeka koji je Vol Strit priredio bitcoinu, sa 4.6 milijardi dolara prometa.

Razloga za ovu razliku može biti više. Za početak, bitcoin je najstarija i najveća kriptovaluta, pa je bilo logično da se dominacija sa kripto tržišta prenese i na tradicionalne berze. Takođe, zbog jednostavnijih, ali i manje promenljivih pravila funkcionisanja, bitcoin se u principu smatra konzervativnijom investicijom, pa ne čudi što je razlika između dve najjače kriptovalute na tradicionalnim berzama još više izražena nego na kripto berzama (investitori na tradicionalnim berzama su generalno nešto konzervativniji od „kripto trejdera”). Za kraj, čuvanje ethereuma van ETF-a može biti značajno profitabilnije od posedovanja ETF-a, što sa bitcoinom nije slučaj.

Ethereum je *Proof-of-Stake* kriptovaluta. Da ne ulazimo u tehničke detalje, bitno je da čuvanjem ethereuma na određeni način možete dobijati godišnji prinos od oko tri odsto. Ako kupite ETF, ovog prinosa nema. S druge strane, kod bitcoina godišnjeg prinosa nema kako god ga čuvali, tako da nije tolika razlika između ETF-a i čuvanja na digitalnom novčaniku. Naravno, postoji velika razlika u kontekstu kontrole nad sredstvima, ali ne postoji tri odsto dodatnih razloga da se čuva na novčaniku kao što je to slučaj kod ethereuma.

Pre nekoliko meseci sam pisao da bi odobravanje ethereum ETF-a moglo da ohrabri BlackRock i njima slične da lansiraju ETF-ove i za neke manje kriptovalute. Međutim, videćemo da li će osetno slabija reakcija Vol Strita na ethereum u poređenju sa bitcoinom da ih natera da se dodatno zamisle pre nego lansiraju Solana ili XRP ETF.



 **MARS**
RECRUITING

ZAPOSŁJAVANJE VOZAČA
U NEMAČKOJ

Makenzijeva 51
Beograd 11111 Srbija

+381 64 323 85 51
sr.posao@mars-recruiting.com
www.mars-recruiting.com



 **Metal-System**
013 D.O.O.

projektovanje i proizvodnja
metalnih konstrukcija

Karadorđeva 98c
26101 Pančevo
069/2522112
060/5093560
metalsistemoffice@gmail.com



frizerski salon

SALON M021

Jastrebačka 49
21000 Novi Sad

060 6413 028
021 419 933
mgataric794@gmail.com

 Salon M021
Milka Gatarić

XPERIENCE 2024: DIGITALNA TRANSFORMACIJA I BUDUĆNOST ELEKTRONSKE TRGOVINE U REGIONU



Ivan Tanasković
izvršni direktor i član
UO E-commerce
asocijacije Srbije

Konferencija Xperience 2024, koja se održava 15. oktobra u beogradskom Sava centru, predstavlja ključni događaj za profesionalce iz oblasti digitalne transformacije i elektronske trgovine. Ovaj prestižni događaj okupiće više od 500 stručnjaka, pružajući priliku za razmenu ideja i uvid u najnovije trendove i inovacije.

Pod sloganom „Leading Digital Success”, fokus konferencije biće na tehnologijama koje oblikuju e-commerce sektor u regionu i šire.

Program Xperience 2024 nudi bogat sadržaj sa više od 50 govornika. Među najistaknutijim predavačima je Noah Herschman, vodeći arhitekta industrijskih rešenja iz Microsofta, koji će govoriti o e-commerce 4.0 i uloji generativne veštačke inteligencije (Gen-AI) u unapređenju onlajn kupovine i optimizaciji poslovnih procesa. Herschman će se posebno osvrnuti na kinesko e-commerce tržište, koje predvodi globalne inovacije u ovoj industriji.

Joško Mrndž, generalni direktor za Adriatic regiju kompanije Google, predstaviće najnovije primene veštačke inteligencije, bez fokusiranja na specifične industrije, i pokazati kako AI menja različite sektore poslovanja. Konstantin Kostadinov, Senior Director za globalna strateška partnerstva u Rakuten Viberu, govoriće o temi „Why Superapps are the Future of e-commerce”, gde će objasniti kako superaplikacije, koje integrišu više servisa na jednoj platformi, postaju ključni alat za unapređenje korisničkog iskustva.

U okviru konferencije, predstavnik kompanije PwC će održati predavanje pod nazivom „The state of e-commerce in CEE countries”, gde će biti analizirano trenutno stanje tržišta elektronske trgovine u centralnoj i istočnoj Evropi, uz osvrt na glavne izazove i prilike za dalji rast.

Poseban segment konferencije biće posvećen rezultatima elektronske trgovine u Srbiji.

Prvi put biće predstavljen Izveštaj o rezultatima elektronske trgovine u Republici Srbiji za 2023/2024. godinu, koji izdaje E-commerce asocijacija Srbije. Ovaj izveštaj obuhvata podatke o više od 35 miliona transakcija koje su ostvarene putem interneta, sa ukupnom vrednošću transakcija većom od milijardu evra. Pored toga, izveštaj se temelji na opsežnom istraživanju koje je obuhvatilo više od 300 e-commerce kompanija i 3.000 onlajn kupaca, pružajući uvid u potrošačke navike i preferencije. Ovaj izveštaj je važan alat za praćenje tržišnih trendova, koji pomaže e-commerce zajednici da donosi strateške odluke zasnovane na ažuriranim podacima.

Pored inspirativnih predavanja, Xperience 2024 će ponuditi i interaktivne radionice, panel diskusije i sesije usmerene na praktičnu primenu stečenih znanja. Teme kao što su inovacije u onlajn plaćanju, digitalnom marketingu, veštačkoj inteligenciji i optimizaciji korisničkog iskustva biće u centru pažnje, a stručnjaci iz različitih industrija podeliće svoja iskustva o tome kako su uspeali da unaprede svoje poslovanje koristeći ove tehnologije.

Jedan od posebnih delova konferencije biće EXPO zona, gde će više od 15 vodećih kompanija iz digitalnog sveta predstaviti svoja najnovija rešenja i proizvode. Učesnici će imati priliku da se direktno povežu sa inovatorima i liderima industrije, istraže nove tehnologije i pronađu potencijalne partnere za dalju saradnju.

Sve ove aktivnosti čine Xperience 2024 događajem koji postavlja nove standarde u svetu digitalne trgovine. Učesnici će otići sa konkretnim znanjima i uvidima koji će im pomoći da se suoče sa izazovima i iskoriste prilike koje donosi digitalna era. Konferencija će poslužiti kao osnov za dalje strateško planiranje u e-commerce sektoru, a očekuje se da će postaviti nove standarde u industriji, ne samo u Srbiji, već i u regionu.

UŠTEDE OD PRELASKA NA ELEKTRONSKI KONOSMAN PROCENJENE NA 6,5 MILIJARDI DOLARA

KAKO JEDAN PAPIR USPORAVA DIGITALIZACIJU BRODARSKE INDUSTRIJE

FASCINANTNO JE DA I DANAS KOMPLETNA USLUGA BRODARSKE INDUSTRIJE POČIVA NA FIZIČKOM DOKUMENTU KOJI MORA DA BUDE IZDAT U TRI PRIMERKA. POMISLITE SAMO NA SVE ŠTO SE PRODAJE NA DIGITALNIM PLATFORMAMA KAO ŠTO SU AMAZON ILI TEMU. AKO KURIR NE DOĐE PO ROBU SA ORIGINALNOM BRODSKOM TERETNICOM, MI NE MOŽEMO DA PREDAMO ROBU. MORAMO DA IMAMO PAPIR I PEČAT

Zamislite da je 1450. godina i da ste vlasnik robe koju predajete brodaru da je preveze negde u daleki svet, pozvala je poznata konsultantska kuća McKinsey čitaoce svog izveštaja o digitalizaciji u lancima snabdevanja. Brodar će izdati konosman (bill of lading) na kome stoji koju robu prevozi, kome roba pripada i kome treba da je preda tamo gde se zaputio.

Gotovo 600 godina kasnije, svet se potpuno promenio, ali ne i konosman - i dalje je to papir na kome stoje isti podaci kao daleke 1450. godine, i koji ide iz ruke u ruku u fizičkom obliku i „pokriva” gotovo 40 odsto trgovine robom u kontejnerima. Pitanja digitalizacije u brodarstvu nedavno su se dotakli i učesnici treće Nelt Customer Day konferencije, uz zaključak da niko ne spori da je digitalizacija brodarstva neophodna, ali da se i dalje traži odgovor na pitanje kako to učiniti.

- Fascinantno je da i danas kompletna usluga brodarske industrije počiva na fizičkom dokumentu koji mora da bude izdat u tri primerka. Pomislite samo na sve što se prodaje na digitalnim platformama kao što su Amazon ili Temu... ako kurir ne dođe po robu sa originalnom brodskom teretnicom, mi ne možemo da predamo robu. Moramo da imamo papir i pečat - slikovito je opisao kako se posluje u njegovoj industriji Erich Cossutta, osnivač i predsednik kompanije Dragon Maritime Group.

On je, zajedno sa Ivićem Vodopijom,

generalnim direktorom za istočnu Evropu Maerska, i Stevicom Čarapićem, regionalnim direktorom MSC-a, u okviru panela na Nelt Customer Day 2024 komentarisao aktuelne napore globalne brodarske industrije da dođe do rešenja za digitalizaciju konosmana ili brodarske teretnice.

Iako na prvi pogled zvuči jednostavno - sam Cossutta u šali podseća da konosman ima četiri linije teksta - digitalizacija zahteva daleko više od pukog pretvaranja jednog papira u elektronski dokument.

SWIFT SISTEM DIGITALIZOVAO BANKE

Autori McKinsey izveštaja smatraju da je upravo bankarska industrija, stara koliko i trgovina ili brodarstvo, dobar primer za to kako može da se sprovede digitalizacija.

- To je industrija koja jednako kao brodarstvo zavisi od dokumentacije i razmene podataka između različitih zainteresovanih strana, uz očuvanje njihove tačnosti i poverljivosti. Bankarska industrija uspešno se digitalizovala zahvaljujući SWIFT sistemu za razmenu informacija, koji koristi univerzalno prihvaćene standarde za bezbedne transakcije - podseća se u izveštaju "The multi-billion-dollar paper jam: Unlocking trade by digitalizing documentation".



Cossutta, Vodopija i Čarapić, Nelt Customer Day 2024

Pomenuto istraživanje McKinsey Global Institute objavljeno 2022. godine pokazalo je da se kompanije u proseku suočavaju sa poremećajima u lancu snabdevanja na svakih 3,7 godina, i da takvi problemi obično traju mesec do dva dana.

Još su sveže, kako ističu, lekcije naučene tokom pandemije, kada su tokom dve i po godine hiljade kontejnera bile zadržane u lukama, pošto su letovi kojima su fizički prevoženi trgovački dokumenti bili otkazani.

- Operateri pomorskih terminala i carinski organi nisu mogli da otpuste teret bez provere dokumentacije, što je pogoršalo ionako prisutno 'zagušenje' u lukama. Takva situacija dovela je do gubitka prodaje i poskupljenja obrtnog kapitala za brodare - a u nekim slučajevima i do potpunog gubitka vrednosti robe, pogotovo kada se radilo o sezonskoj ili robi sa strogim datumima isporuke - upozoravaju autori McKinsey izveštaja.

Njihov zaključak je da su sve te komplikacije mogle da budu izbegnute da je na raspolaganju bila transparentna i dostupna digitalna dokumentacija. Štaviše, izračunali su da bi digitalizacija konosmana značila uštede u globalnim trgovinskim tokovima u iznosu od



FOTO: BIZNISRS

6,5 milijardi dolara, dok bi se vrednost razmene povećala za 30 do 40 milijardi dolara.

Šta se može naučiti od avio-kompanija i banaka?

- Naša industrija mora da reši pitanje digitalizacije konosmana što pre - poručio je Cossuta, a kao primer kojim bi brodari trebalo da se ponašaju navodi avio-industriju.

- Stariji se sećaju kako smo nekada išli u poslovnice JAT-a po fizičke karte. Avio-industrija je rešila pitanje digitalizacije uvođenjem e-karti za svoje putnike, i to bi trebalo da nam bude uzor kada je reč o konosmanu - kaže Cossuta, ali i sam podseća da kada se kaže „papir“ to ne znači samo fizičku stvar.

Konosman je, naime, i hartija od vrednosti, pa digitalizacija tog „papira“ u okviru broderske industrije ne bi puno vredela ako u nju ne bi bile uključene banke.

- One traže originale dokumenata. Mislim da su banke te koje treba da kažu - nama odgovara ovaj format, ova tehnologija. Sve i da se mi dogovorimo, banka mora da se složi jer ako nema konosman, ona ne pušta pare - ističe Cossuta.

Brodarska industrija se istorijski više fokusirala na fizičko korišćenje sredstava (brodova), umesto na efikasnu razmenu informacija između svih uključene

nih u lanac.

- Digitalizacija konosmana je do sada išla sporo i teško, jer su u nju uključene različite zainteresovane strane, sa različitim potrebama i sistemima poslovanja - što je, takođe, i razlog zašto nisu zaživele inicijative pojedinačnih kompanija u tom pravcu - analiziraju iz McKinseya.

Jednu od takvih inicijativa pokrenuo je globalni gigant Maersk, kada je 2018. godine najavio razvoj platforme TradeLens u saradnji sa kompanijama IBM i GTD Solution. Ideja je bila da ponude rešenje bazirano na blokčejnu, za efikasniju i bezbedniju globalnu trgovinu.

- Cilj je bio da na toj platformi budu svi brodari, a potom bi se širilo na sve ostale - terminale, vendore... i većina brodar je ušla, ali nisu svi. Klijenti, sa druge strane, žele jednu, a ne pet platformi različitih brodar. Mi smo, dakle, pokrenuli veliki, revolucionaran projekat, ali kao da postoji neko nepoverenje koje ne dozvoljava da se kompletna industrija digitalizuje - ocenio je u okviru panel diskusije Ivić Vodopija, generalni direktor za istočnu Evropu Maerska.

Maersk je, međutim, čak i u saopštenju povodom gašenja platforme TradeLens u novembru 2022. godine poručio da će nastaviti sa naporima da digitalizuje

IVAN MILIČEVIĆ, MENADŽER RAZVOJA NOVIH POSLOVA U LOGISTICI, NELT DIGITALIZACIJA TOVARNIH LISTOVA ZA EFIKASNIJU LOGISTIKU

Nelt, kao operater intermodalnih terminala i učesnik u lancima snabdevanja, u potpunosti podržava težnju ka digitalizaciji u broderskoj industriji. Oslanjanje na fizičku dokumentaciju, kao što je tovarni list, ima značajan uticaj na naše poslovanje i efikasnost. Zastareli sistem uzrokuje kašnjenja u rukovanju teretom, posebno kada je reč o fizičkim dokumentima potrebnim za puštanje robe. Ovo oslanjanje usporava protok kontejnera kroz naše terminale, što utiče i na naše operacije i na performanse lanca snabdevanja naših partnera — okeanskih prevoznika i logističkih provajdera.

Digitalizacija tovarnog lista donela bi veliki benefit svim zainteresovanim stranama, uključujući intermodalne terminale poput našeg. To bi poboljšalo brzinu i tačnost razmene podataka, minimiziralo kašnjenja i povećalo ukupnu transparentnost u lancu snabdevanja. Digitalna dokumentacija bi mogla da pruži ažuriranja u realnom vremenu i brže vreme obrade, što bi nam pomoglo da pojednostavimo operacije i smanjimo vreme zadržavanja kontejnera na našim terminalima.

Na primer, digitalni pristup tovarnom listu od trenutka kada se plovilo isprazni u luci omogućio bi nam da bolje planiramo prenos robe, smanjujući vreme čekanja i optimizujući prostor na našim terminalima. Sve dok jedinstveni globalni okvir za digitalnu dokumentaciju ne bude široko prihvaćen, puni potencijal digitalizacije ostaje van domašaja. U Neltu smo posvećeni bliskoj saradnji sa okeanskim prevoznicima, regulatorima i industrijskim udruženjima kako bismo pokrenuli prelazak na digitalna rešenja. Verujemo da će integracija digitalizacije u operacije terminala ne samo poboljšati efikasnost, već i stvoriti efikasniju logističku mrežu za sve uključene.



FOTO: PIXABAY

je lanac snabdevanja i poveća industrijske inovacije kroz druga rešenja za smanjenje izazova u trgovini i promoviše rast trgovine u globalnim razmerama.

- Duboko smo zahvalni na neumornoj posvećenosti članova naše industrije i mnogih tehnoloških talenata, koji su zajedno marljivo radili na unapređenju digitalizacije industrije putem platforme TradeLens. Iskorišćemo rad TradeLensa kao odskočnu dasku da dalje poguramo našu agendu digitalizacije i radujemo se što ćemo energiju i sposobnost našeg tehnološkog talenta iskoristiti na nove načine - rekao je tadašnji rukovodilac u A.P. Moller - Maersk Rotem Hershko.

Platformu TradeLens zajednički su razvili IBM i GTD Solution, odeljenje kompanije Maersk, kao rešenje za transport sa omogućenim blokčejnom, dizajnirano da promoviše efikasniju i bezbedniju globalnu trgovinu.

Elektronski konosman uzvraća udarac

U 2022. godini samo 2,1 odsto konosmana u kontejnerskoj trgovini bilo je u elektronskom obliku, ali - kako ističu u globalnoj FIT Alijansi, osnovanoj upravo radi popularizacije digitalizacije u brodarskoj industriji - vidljivi su i neki ohrabrujući pomaci. Član te alijanse je i pomenuti SWIFT, što možda ukazuje na dobru perspektivu inicijative.

Primeru radi, kako su istakli u saopštenju povodom lansiranja Deklaracije o univerzalnom elektronskom konosmanu sredinom prošle godine, četiri najveće svetske rudarske kompanije već transportuju oko 20 odsto svojih isporuka rude gvožđa uz pomoć elektronskih dokumenata.

Stevica Čarapić, regionalni direktor MSC-a, ukazao je tokom panel diskusije da se dešava i da klijenti oklevaju da prihvate digitalno rešenje iako, primera radi, njegova kompanija redovno organizuje radionice na tu temu i trudi se da popularizuje takav način poslovanja.

- Pri tome, ne zaboravimo na paradoks da još ima zemalja koje ne priznaju teretnice u elektronskom formatu, iako u istim tim zemljama postoji Wolt ili Glovo ili lokalni pandan tim platformama - rekao je Čarapić.

Upravo na tome danas rade dve svetske organizacije, obe članice pomenute FIT alijanse. Međunarodna privredna komora (ICC) razvila je skup standarda za elektronske konosmane (e-Bill of Lading, eBL). ICC-ove eBL standarde sada koristi sve veći broj preduzeća i vlada širom sveta.

Druga inicijativa je potekla iz Digital Container Shipping Association (DCSA), koja radi na razvoju digitalnih standarda za industriju kontejnerskog transporta, sa ciljem da proces transporta kontejne-

ra učini efikasnijim i transparentnijim digitalizacijom ključnih dokumenata kao što su tovarni listovi, otpremni manifesti i beleške o težini kontejnera.

I McKinsey studija nudi optimističnu projekciju da bi pomorska trgovina mogla da pređe na digitalni vid razmene dokumenata za tri do četiri godine, odnosno da potpuno pređe na elektronsko poslovanje do 2030. godine, ukoliko se uzmu u obzir iskustva avio-industrije.

- Međunarodno udruženje vazdušnog saobraćaja (IATA) uspeo je da poveća upotrebu elektronskih dokumenata u vezi sa pošiljkama tereta od minimalnog u 2012. godini na više od 50 odsto u 2017. godini - istakli su u analizi.

Za Erica Cossuta iz kompanije Dragon Maritime Group još slikovitiji primer onoga šta klijenti traže od digitalizacije u brodarskoj industriji su Wolt i Glovo.

- To će omogućiti vizibilnost, preglednost celog lanca. Kada teret bude krenuo, recimo iz Kine, izdaje se konosman jednim fajlom i on apdejuje sve sisteme u lancu. To će svim učesnicima davati sigurnu informaciju u vezi tog tereta - da li je krenuo, gde se nalazi - kao kada danas naručujete hranu preko Wolt ili Glovo aplikacija. Dobijete obaveštenje da je neko video poruku, da se vaša narudžbina priprema i na kraju da je krenula ka željenoj lokaciji i gde se trenutno nalazi - rekao je Cossuta.

 MILICA RILAK



Kralja Petra Prvog 108b
34304 Arandelovac, Banja
060/6376060
office@papirplast.com
www.papirplast.com

- PROIZVODI OD PAPIRA
- POSUDE/PAKOVANJA
- KESE/DŽAKOVI
- TRAKE
- FOLIJE
- FASCIKLE/PAPIR
- HTZ OPREMA

SMILJANIĆ PROMET

PREVOZ ROBE I SELIDBE
OD 1T-10T

Novosadski Put 101
21203 Novi Sad, Vaternik
064/3340233
miljanic.prevoz@gmail.com




Gornja Zabrdica BB 14000 Valjevo
065/9933200
stonecop07@gmail.com
www.stone-cop.rs

KAMENOLOM




PROJEKTNI BIRO

TREĆA SPLET TECH KONFERENCIJA

SRPSKI STARTAPI MORAJU OSVAJATI GLOBALNO TRŽIŠTE

VIŠE OD 150 GOVORNIKA, 30 PANELA I RADIONICA I OKO 3.000 UČESNIKA NA JEDNOM MESTU OMOGUĆILO JE RAZMENU IDEJA, KREIRANJE NOVIH PRILIKA ZA SARADNJU I PODSTICAJ ZA INOVACIJE KOJE ĆE UNAPREDITI TEHNOLOŠKI EKOSISTEM SRBIJE. U FOKUSU JE I OVOG PUTA BILA PRIMENA VEŠTAČKE INTELIGENCIJE, KAO I IZVORI FINANSIRANJA ZA STARTAPE I MOGUĆNOSTI INTERNACIONALIZACIJE POSLOVANJA

Beograd je 8. oktobra ponovo bio centar inovacija u regionu, kada je u MTS dvorani održana treća po redu SPLET Tech konferencija. Ovaj događaj, koji okuplja najbolje iz sveta startapa, inovacija i tehnologije, već je prepoznat kao ključna platforma za povezivanje domaćih startapa sa regionalnim i globalnim tržištem.

Više od 150 govornika, 30 panela i radionica i procenjenih 3.000 učesnika na jednom mestu omogućilo je razmenu ideja, kreiranje novih prilika za saradnju i podsticaj za inovacije koje će unaprediti tehnološki ekosistem Srbije. U fokusu je i ovog puta bila primena veštačke inteligencije, kao i izvori finansiranja za startape i mogućnosti internacionalizacije poslovanja.

Stručnjaci iz različitih oblasti i potencijalni investitori potrudili su se da prenesu posetiocima svoje iskustvo - kako dobra ideja može da se pretoči u profitabilan biznis.

Jedna od ključnih poruka ove godine bila je potreba da srpski startapi osvoje

međunarodno tržište kako bi osigurali dugoročni uspeh. Kako je na samom otvaranju konferencije istakla Tanja Kuzman, direktorka Inicijative „Digitalna Srbija”, „srpsko tržište je previše malo da bi startapi opstali samo lokalno”.

- Neophodno je da se usmere na globalne korisnike, a mi smo tu da im pomognemo da nauče kako se radi analiza tržišta, identifikuju potencijalni korisnici i usmeri komunikacija ka globalnoj publici - rekla je Tanja Kuzman.

Paneli i radionice tokom konferencije pružali su praktične savete o prodajnim i marketinškim veštinama, ključnim za startape u ranoj fazi razvoja. Upravo ovakve veštine, kako je naglasila Kuzman, omogućavaju mladim firmama da pređu sa lokalnog na globalni nivo i ostvare održiv rast.

Značajni su bili i pravni saveti, poput onih kako da startapi zaštite svoju intelektualnu svojinu i budu sigurni na globalnom tržištu, kao i šta bi to moglo da im znači za dalji rast i skaliranje.

Startapi koji osvajaju svet

Aleksandra Popović, direktorka programa „Srbija Inovira”, ponosno je istakla da su neki od startapova koji su prošle godine bili prisutni na SPLET konferenciji sada prerasli u međunarodne kompanije.

- Imamo startape koji su sada prisutni ne samo u Srbiji, već i u SAD. Njihov put do uspeha potvrđuje da je moguće krenuti iz Srbije i osvojiti svet, ali je ključno da se povežu sa pravim mentorima i investitorima. Na primer, ove godine nam se pridružila i Maja Vuković iz IBM istraživačkog centra u Njujorku, koja vodi razvoj veštačke inteligencije i koja je pravi primer kako lokalni talenti mogu postići globalni uspeh - rekla je Popović.

Na glavnoj bini konferencije predstavljen je i izveštaj o Globalnom indeksu inovacija za 2023. godinu, koji rangira zemlje po inovacionom kapacitetu. Srbija trenutno zauzima 52. mesto od 133 zemlje, sa posebno dobrim rezultatima u oblasti infrastrukture za inovacije, gde se naša zemlja našla među prvih 30.

- Srbija se približava magičnom broju od 1.000 registrovanih startapa, što je veliki korak za naš ekosistem. Ipak, najveći izazov ostaje monetizacija, jer mnogi startapi u ranoj fazi razvoja još uvek ne ostvaruju značajan prihod i zavise od grantova - rekao je Kosta Andrić, izvršni direktor ICT Huba.

On je, takođe, upozorio na globalne

trendove koji bi mogli usporiti razvoj startapa, posebno kada je reč o investicijama.

- Prošle godine smo zabeležili pad investicija u istraživanje i razvoj, posebno u venture capital fondovima. Ovo je zabrinjavajuće jer su takvi fondovi ključni za finansiranje startapa, ne samo u Srbiji već i globalno - upozorio je Andrić, uz ipak optimističnu ocenu da će srpski inovacioni ekosistem nastaviti da raste.

Blockchain tehnologija transformiše tradicionalne finansije

Francisco Fernandes, suosnivač i glavni direktor za razvoj poslovanja Masterbloxa, evropskog akceleratora za blockchain tehnologije, bio je jedan od ključnih govornika na konferenciji. I on je naglasio važnost inovacija u blockchain sektoru i osvajanja globalnih tržišta.

- Blockchain tehnologija ima moć da transformiše tradicionalne finansije i stvori nove prilike za rast, a fintech industriju vidim kao evoluciju finansijskog sektora. U suštini, fintech je uzeo tehnologije 21. veka i iskoristio ih za poboljšanje sistema, bilo da je reč o računovodstvu, lakšem upravljanju fondovima ili sličnim oblastima. Međutim, osnovni model finansijskog sistema još nije značajno unapređen - istakao je Fernandes.

On veruje da blockchain tehnologija ima potencijal da postane još veća industrija od fintecha.

- Razlog je taj što blockchain može pružiti osnovnu finansijsku infrastrukturu na kojoj će fintech verovatno funkcionisati. Drugim rečima, fintech će se na kraju osloniti na blockchain. Već vidimo ovaj trend sa stvarnim sredstvima i investicionim fondovima, poput BlackRocka, koji tokenizuju spot ETF-ove. Ova promena nagoveštava sve veću ulogu blockchaina u transformaciji tradicionalnih finansija - rekao je Francisco Fernandes u posebnoj izjavi za Biznis.rs.

Važnost međunarodne saradnje

Američki ambasador Kristofer Hil, koji je prisustvovao konferenciji, naglasio je važnost saradnje između Srbije i SAD u tehnološkom sektoru.

- Veze između naših zemalja dublje su od tehnologije i sporta. Drago mi je što vidim kompanije koje posluju u obe ze-



Tanja Kuzman

mlje i koje dele svoja iskustva s mladim preduzetnicima u Srbiji. Tehnološke inovacije mogu doći iz bilo kog dela sveta, a ovakve konferencije omogućavaju da te ideje pronađu put do realizacije - rekao je Hil.

SPLET konferencija je još jednom pokazala zašto je postala ključni događaj za startape i inovacije u Srbiji i regionu. Kroz raznovrstan program učesnici su imali priliku da steknu nova znanja o tehnologijama kao što su veštačka inteligencija, blockchain i tokenizacija, ali i da prošire mrežu kontakata i pronađu investitore.

- Ova konferencija daje priliku startapima da predstave svoje ideje i povežu

se sa ključnim akterima iz sveta inovacija. Važno je da se svake godine vraćamo s novim temama i dajemo podršku mladim preduzetnicima - zaključila je Tanja Kuzman, direktorka Inicijative „Digitalna Srbija”.

Konferenciju SPLET Tech zajednički organizuju projekti „Preduzmi ideju“ u realizaciji Inicijative „Digitalna Srbija“ i „Srbija Inovira“ koji sprovodi ICT Hub, u saradnji sa Američkom agencijom za međunarodni razvoj (USAID). Ovogodišnji događaj realizovan je uz podršku i pokroviteljstvo Ministarstva nauke, tehnološkog razvoja i inovacija Republike Srbije.

MARKO ANDREJIĆ



Kosta Andrić

Zavičaj



RESTORAN DOMAĆE KUHINJE

DOMAĆA KUHINJA • ROŠTILJ • PEČENJE



IZNAJMLJIVANJE RESTORANA
ZA PROSLAVE I SVEČANOSTI



Dobrilovac 3 21205 Sremski Karlovci 063/1949635 restoran.zavicaj.3@gmail.com Restoran "Zavičaj"



CECA
skin care

TRETMANI NEGE LICA

ANTI AGE TRETMANI

SPECIJALIZOVANI CENTAR
REVIDERM

Draška Redepa 6
21000 Novi Sad
064 124 18 99

cecaskincare Ceca Skin Care

*Neka Vaša koža
uvek bude
negovana i lepa!*



min
PROJEKT

PROJEKTOVANJE

UNUTRAŠNJIH INSTALACIJA VODOVODA I KANALIZACIJE
VODOSNABDEVANJA NASELJA VODOM I KANALISANJA NASELJA
REZERVOARA ZA VODU
UREĐAJA ZA POVIŠENJE PRITISKA U VODOVODNIM
SISTEMIMA I SISTEMIMA PROTIVPOŽARNE ZAŠTITE
PUMPNIH STANICA U SISTEMIMA VODOSNABDEVANJA
PUMPNIH STANICA U SISTEMIMA KANALISANJA
ODVOĐENJA ATMOSFERSKIH VODA
BAZENSKE TEHNIKE
KAPTAŽNIH OBJEKATA NA IZVORIMA ZA VODOSNABDEVANJE NASELJA VODOM

Vidovdanska 43 31102 Užice 031521440 0648273603 minprojektue@gmail.com

Leka-Color

Topličina 10 12000 Požarevac
012 55 53 54 lekacolor19@gmail.com

BOJE I LAKOVI MATERIJAL ZA ZAVRŠNE GRAĐEVINSKE RADOVE



LSC Consulting

Interactive Project Solutions

**Project-management,
consulting i engineering**

Gospodara Vučića 145
11000 Beograd, Vračar
060/4700072
office@lsc.co.rs





FOTO: PIXABAY

KORAK UNAZAD ZA FLEKSIBILNE OBLIKE RADA

DA LI SE I U SRBIJI ZAPOSLENI VRAĆAJU U KANCELARIJE?

OVOGODIŠNJE ISTRAŽIVANJE PULS SRPSKE HR ZAJEDNICE KOJE JE SPROVEO INFOSTUD POKAZUJE DA JE RAD IZ KANCELARIJE OBAVEZAN ZA SVE ZAPOSLENE U 46 ODSTO KOMANIJA. VEĆE FIRME POKAZUJU VEĆU FLEKSIBILNOST, DOK JE U MANJIM I SREDNJIM KOMANIJAMA OBAVEZAN DOLAZAK NA RADNO MESTO ČEŠĆA PRAKSA

Kada je Amazon doneo odluku o ukidanju hibridnog modela rada i počeo da zahteva od svojih zaposlenih da se vrate u kancelarije, gde će raditi svih pet radnih dana u nedelji, neizbežno se postavilo pitanje - da li nas sve čeka isto?

- Kompanije poput Amazona prepoznaju važnost fizičke prisutnosti za timsku dinamiku i kompanijsku kulturu. Ipak, mislim da će se u Srbiji sve više raditi od kuće, pogotovo u industrijama koje ne zahtevaju lični kontakt - veruje Pavle Šćepanović, konsultant u Menadžment centru Beograd.

Miloš Turinski, PR menadžer Centra za zapošljavanje i razvoj karijere Info-

stud, potvrđuje da je odluka Amazona svakako veliki korak unazad za fleksibilne oblike rada, koji su tokom pandemije postali standard.

- Međutim, u Srbiji situacija zavisi od specifičnih industrija i strukture kompanija - ističe Turinski u razgovoru za Biznis.rs.

Ovogodišnje istraživanje Puls srpske HR zajednice koje je sproveo Infostud pokazuje da je rad iz kancelarije obavezan za sve zaposlene u 46 odsto kompanija. Veće firme pokazuju veću fleksibilnost, dok je u manjim i srednjim kompanijama obavezan dolazak na radno mesto češća praksa.

- S obzirom na ove podatke, moguće je

da ćemo videti slične promene u određenim industrijama, ali IT sektor i kompanije sa naprednijim HR politikama verovatno neće u potpunosti napustiti hibridne ili modele rada na daljinu - mišljenja je Turinski.

Produktivnost i timski duh kao uzroci

No, reklo bi se da odluka Amazona nije nimalo ishitrena. Naprotiv, ona oslikava prepoznatljive vrednosti kompanije koje se tiču produktivnosti, saradnje i dugoročnog poslovanja.

Amazon veruje da su lične interakcije ključne za saradnju, kreativnost i inovaciju, posebno u dinamičnim okruže-

njima kao što su razvoj proizvoda, tehnologija i logistika. Prema njima, rad u kancelariji omogućava zaposlenima bolju priliku da međusobno razmenjuju ideje i da se spontano uključe u diskusije koje često dovode do inovacija. Ovakva vrsta saradnje je teže ostvariva u virtuelnom okruženju.

Takođe, izvršni direktori Amazona, među kojima je i generalni direktor (CEO) Endi Džesi, istakli su da je rad iz kancelarije efikasniji kod upravljanja timovima. U kancelarijskom okruženju menadžeri imaju bolji uvid u rad svojih zaposlenih, lakše prate napredak projekata i rešavaju probleme. Iako su priznali da rad na daljinu funkcioniše u određenim situacijama, smatrali su da je povratak u kancelariju nužan za dugoročni uspeh kompanije. Osim toga, tokom pandemije različiti timovi su imali različite pristupe prema radu na daljinu, što je dovelo do nesuglasica u pogledu očekivanja. Povratak u kancelarije obebeđuje jasnija pravila za sve timove i zaposlene.

- Mislim da glavni razlog zaista leži u želji kompanija da povrate kontrolu nad timskom saradnjom, komunikacijom i kulturom. Takođe, i rezultati mogu da budu „okidač“ za ukidanje „remote“ i hibridnih modela rada. Sa druge strane, rad u kancelariji omogućava spontanu razmenu ideja i kreira osećaj zajedništva, što je teže postići u potpunosti putem onlajn platformi - kaže Pavle Šćepanović za Biznis.rs.

Miloš Turinski je saglasan da kompanije poput Amazona verovatno smatraju da je fizičko prisustvo ključno za održavanje korporativne kulture i produktivnosti.

- Naše istraživanje pokazuje da je u određenim industrijama, poput logistike (67 odsto ispitanika), proizvodnje (59 odsto) i prodaje (56 odsto), obavezan dolazak na radno mesto često povezan sa operativnim zahtevima - istakao je on i dodao da ove industrije ne mogu lako preći na remote ili hibridni rad, jer njihova priroda zahteva fizičko prisustvo zaposlenih. Možda se radi i o tome da kompanije žele više kontrole nad radnim procesima, što u remote okruženju nije uvek jednostavno.

Zaposleni u kompaniji Amazon, očekivano, burno su reagovali - anketa koja je obuhvatila 2.585 radnika pokazala je

da troje od četvoro njih planira da traži drugi posao upravo zbog politike rada u kancelariji. Osamdeset procenata njih čak zna da kolege razmišljaju o odlasku. Kako se navodi, ova odluka ozbiljno je poljuljala moral zaposlenih, naročito roditelja.

- Fizičko prisustvo može biti važno za određene aspekte poslovanja, poput razvoja međuljudskih odnosa i jačanja tima. U industrijama gde je interakcija između zaposlenih ključna, kao što su proizvodnja i logistika, prisustvo na licu mesta može doprineti boljoj koordinaciji i brzini reakcije - navodi Turinski.

Sa druge strane, fleksibilnost može funkcionisati u sektorima kao što su marketing, mediji, finansije, gde su timovi navikli na digitalne alate i komunikaciju na daljinu. Sve zavisi od prirode posla, ali fizičko prisustvo ne bi trebalo biti jedini faktor uspeha, smatra naš sagovornik.

Amazon nije jedini

Osim Amazona, nekoliko velikih kompanija, takođe, je promenilo svoj model rada i počelo da zahteva povratak zaposlenih u kancelarije.

Investiciona banka Goldman Sachs od samog početka pandemije bila je među prvim koje su jasno istakle da rad na daljinu nije dugoročna opcija. Već 2021. godine su naložili svim zaposlenima da se vrate u kancelarije, naglašavajući važnost rada licem u lice, posebno za razvoj mlađih zaposlenih.

Slično Goldman Sachs, JP Morgan Chase je odlučio da zaposleni moraju da rade iz kancelarije, sa naglaskom na to koliko je prisustvo u kancelariji važno za poslovanje, posebno u industriji bankarstva. Izvršni direktor Džejmi Dimon istakao je da rad na daljinu „jednostavno ne funkcioniše za ljude koji žele da napreduju“.

Sličan stav prema radu na daljinu ima i Rid Hejstings, izvršni direktor Netflixa, koji je naveo da nije video nikakvu korist od ovakvog modela rada i da je kompanija bolje organizovana kad su svi zaposleni prisutni u kancelariji. Iako je Netflix tokom pandemije prešao na remote model rada, ubrzo su se vratili na striktno kancelarijsko prisustvo.

Na kraju, tu je i Ilon Mask koji je već 2022. godine vrlo jasno stavio do znanja

da rad na daljinu više nije opcija u Tesli. Zaposleni su obavezni da rade najmanje 40 sati nedeljno iz kancelarije, a oni koji se ne slažu sa ovom politikom dobili su poruku da mogu da napuste kompaniju.

Većita borba

Za većinu je mogućnost remote ili hibridnog modela rada jedan od glavnih benefita koje poslodavac može da ponudi. Pa ipak, teško je reći koji model je najbolji upravo zato što svaki od njih ima svoje prednosti, baš kao i mane, a na kraju dana, sve zavisi i od ličnih preferencija zaposlenih.

- Rad od kuće daje zaposlenima veću fleksibilnost u organizaciji vremena, što može olakšati balans između posla i privatnog života. Međutim, rad iz kancelarije može pružiti jasniju granicu između poslovnog i privatnog vremena, što nekim ljudima pomaže da budu produktivniji i koncentrisaniji - ističe Miloš Turinski zaključujući da je važno pronaći balans koji će odgovarati i kompaniji i zaposlenima, uzimajući u obzir njihove potrebe i način rada.

Pavle Šćepanović govori u korist rada iz kancelarije, ali iz ugla negovanja kulture kompanije.

- Fizičko prisustvo je izuzetno važno za razvijanje dubljih međuljudskih odnosa i građenje timske kohezije, a samim tim i bolje odnose u timu. Iako remote rad može povećati produktivnost kod pojedinaca, rad u kancelariji doprinosi lakšoj komunikaciji među kolegama, što može pozitivno uticati na rezultate jer nema čekanja da svi uključe mikrofonsku kameru i slično.

Evidentno je da je globalna pandemija zauvek promenila modele rada, a samim tim i očekivanja, navike i odnos zaposlenih prema poslu i kompaniji u kojoj rade. Ipak, nezahvalno je govoriti o važnosti uvažavanja ovih promena upravo zato što je broj kompanija koje omogućavaju remote ili hibridni model rada gotovo isti broju onih koje ne mogu da ponude takve uslove zbog industrije kojoj pripadaju i prirode poslovanja. U tome i leži veći sukob, pa čak i nerazumevanje, a jedini pravi odgovor verovatno jeste da svaka kompanija i svaki zaposleni radi onako kako želi, može - ali i mora.

 IVANA TOMIĆ

MODEL ZA INTEGRACIJU DIGITALNIH TEHNOLOGIJA U UPRAVLJANJE PRIRODNIM RESURSIMA

INOVATIVNA REŠENJA ZA MONITORING KVALITETA REČNE VODE

 DEJAN VUKOBRATOVIĆ, KOORDINATOR PROJEKTA REWARDING I ČLANOVI TIMA

Porast uticaja ljudskog faktora i rastuće populacije na ograničene prirodne resurse kreira potrebu za održivim upravljanjem prirodnim, a posebno vodnim resursima, postavljajući velike izazove pred naučnu zajednicu, privredu i donosiocima odluka širom sveta. Projekat REWARDING, koji Fond za nauku finansira u okviru Zelenog programa saradnje nauke i privrede, osmišljen je kao odgovor na ovu globalnu potrebu za održivim upravljanjem vodnim resursima i zaštitom životne sredine, upotrebom inovativnih pristupa koji kombinuju savremene tehnologije kao što su Internet of Things (IoT), mašinsko učenje (ML) i veštačka inteligencija (AI).

Fakultet tehničkih nauka u Novom Sadu zajedno sa Institutom za istraživanje i razvoj veštačke inteligencije Republike Srbije predstavljaju lidere u istraživanjima i inovacijama na polju novih tehnologija. Timovi sa ove dve institucije udružili su se sa ciljem razvoja pametnih rešenja za praćenje kvaliteta vode u realnom vremenu, kao i predviđanje

budućih promena u vodnim tokovima. Kroz integraciju IoT uređaja, senzora, dronova za udaljeno uzorkovanje vode, i savremenih algoritama mašinskog učenja, REWARDING donosi nove mogućnosti za nadgledanje i upravljanje kvalitetom vode u realnom vremenu, što ima za cilj održavanje boljeg kvaliteta vode i smanjenje rizika od daljeg vodnog zagađenja.

Osnovu tehnološke infrastrukture za prikupljanje podataka projekta REWARDING čini Internet of Things (IoT) tehnologija. IoT omogućava povezivanje brojnih uređaja, senzora i sistema koji rade zajedno kako bi se u realnom vremenu prikupljali podaci o kvalitetu vode. U okviru ovog projekta, na više ključnih pažljivo odabranih lokacija biće postavljene plutajuće bove sa ugrađenim senzorima koji će kontinuirano meriti odabrane parametre kvaliteta vode kao što su temperatura, pH vrednost, koncentracija kiseonika, mutnoća i prisustvo štetnih supstanci u vodi.

Sistem je osmišljen tako da priku-

pljeni podaci budu dostupni u realnom vremenu, čime se omogućava stalno praćenje kvaliteta vode bez potrebe za fizičkim prisustvom na lokaciji. Ovo je moguće upotrebom modernih telekomunikacionih IoT sistema većeg dometa integrisanih sa mrežom mobilne telefonije kao što su NB-IoT ili LoRaWAN tehnologije. Osim toga, ovaj sistem je dizajniran da bude otporan na različite uslove, uključujući i situacije u kojima je mrežna pokrivenost slaba ili nepouzdana. U tim slučajevima, dronovi će preuzimati uzorke vode i prenositi podatke do centralizovanog sistema, omogućavajući time potpuno pokrivanje i u najzahtevnijim okruženjima. IoT sistem čini osnovu za dalji razvoj softverskih rešenja zasnovanih na veštačkoj inteligenciji i mašinskom učenju kroz masovno prikupljanje podataka i integraciju različitih vrsta senzora.

Prikupljanje podataka o kvalitetu vode predstavlja ključni aspekt ovog sistema. Upravo je i cilj ovog projekta demonstracija da se vremenska i prostorna rezo-

FOTO: FTINNOV/SAD





Postavka rešenja projekta na sajmu nauke i tehnike u Beogradu

Lucija uzorkovanja može povećati uz razumne troškove upotrebom savremenih IoT tehnologija koje mogu da se postavе i uspostave dotok podataka sa terena u realnom vremenu bilo kada i bilo gde. Važan korak u postavljanju sistema i merenja leži u izboru lokacija za praćenje kvaliteta vode kako bi se definisale najbolje lokacije za postavljanje senzora i drugih IoT uređaja. Pored toga, važno je i podatke prikazati na jednostavan i razumljiv način krajnjim korisnicima kroz odgovarajući indeks kvaliteta vode. Ovaj indeks će omogućiti korisnicima da brzo i jednostavno razumeju trenutno stanje kvaliteta vode na određenoj lokaciji, pri čemu će više vrednosti označavati bolji kvalitet. Pored toga, sistem će biti dizajniran da omogući automatsko izdavanje upozorenja u slučaju pogoršanja kvaliteta vode.

Veštačka inteligencija (AI) i mašinsko učenje (ML) predstavljaju srž sistema za obradu i analizu podataka u okviru REWARDING projekta. Korišćenjem savremenih algoritama mašinskog učenja, projekat omogućava ne samo obradu podataka o kvalitetu vode u realnom vremenu već i pouzdano predviđanje budućih promena. Pored toga, algoritmi mašinskog učenja daju mogućnost ranog otkrivanja promena u kvalitetu vode i potencijalnih rizika. Algoritmi će biti obučeni da prepoznaju obrasce u podacima i identifikuju anomalije, što će omogućiti pravovremeno izdavanje upozorenja i brzo reagovanje u slučaju

potencijalnog zagađenja ili drugih ekoloških incidenata. Ovi algoritmi će omogućiti preciznu analizu podataka sa više senzorskih tačaka, pri čemu će se koristiti i dodatni izvori podataka, kao što su dronovi i satelitski snimci.

Kao i svaki inovativni projekat, i REWARDING se suočava sa izazovima u implementaciji. Jedan od glavnih izazova jeste obezbediti stabilan priliv podataka. U slučaju gubitka bežičnih prenosnih veza, predloženi sistem uvodi dodatne algoritme za optimizaciju mrežnih resursa, kao i mogućnost obrade podataka na licu mesta, odnosno krajnjim uređajima (Edge Processing) kao što su bove ili dronovi, čime se smanjuje opterećenje centralnog servera i ubrzava proces donošenja odluka na udaljenim lokacijama. Uspešna implementacija ovih rešenja zahteva i inovacije u dizajnu algoritama, kako bi se osiguralo da sistem može da obrađuje velike količine podataka u realnom vremenu, pri čemu se zadovoljavaju svi zahtevi u pogledu brzine, sigurnosti i tačnosti.

REWARDING platforma donosi potencijalne prednosti, ne samo za ekološke i naučne zajednice, već i za privredu i društvo u celini. Pametno nadgledanje vodnih resursa postaje ključni element u postizanju održivog razvoja i zaštite životne sredine, a ovaj projekat pokazuje da je takvo nadgledanje moguće u realnom vremenu i na dramatično većem broju lokacija i sa mnogo većom vremenskom rezolucijom nego što se to

ubičajeno radi danas.

Za industriju, REWARDING bi mogao da donese značajne uštede smanjenjem troškova povezanih sa prečišćavanjem i skladištenjem vode. Pored toga, efikasno upravljanje kvalitetom vode može pomoći u izbegavanju kazni i drugih sankcija koje nastaju usled kršenja ekoloških propisa. Za društvo, poboljšanje kvaliteta vode i smanjenje zagađenja imaju direktan uticaj na zdravlje stanovništva i kvalitet života. Uz pomoć REWARDING platforme lokalne zajednice mogu imati precizan uvid u stanje vodnih resursa u svojim okolinama i pravovremeno preduzeti mere kako bi zaštitile svoje zdravlje i životnu sredinu.

Kroz rešavanje problema sa kojima se suočavamo u pogledu upravljanja kvalitetom vodnih resursa, Projekat REWARDING nudi i prikaz budućih autonomnih sistema u kome će IoT, AI i mašinsko učenje igrati ključnu ulogu u sličnim problemima sa kojima se suočava društvo i privreda (tehnologije koje se razvijaju u okviru ovog projekta mogu se primeniti i na druge resurse i sektore). Projekat predstavlja model za integraciju digitalnih tehnologija u upravljanje prirodnim resursima, čime se stvaraju nove mogućnosti za optimizaciju i održivost. U budućnosti možemo očekivati sve veću primenu ovih tehnologija ne samo u vodnim tokovima, već i u drugim kritičnim infrastrukturalama, čime će se omogućiti održiv razvoj i zaštita životne sredine. ■

VIZAS

SPECIJALISTIČKA RADIOLOŠKA ORDINACIJA

ULTATRAZVUCNI PREGLEDI STOMAKA
VRATA, ŠTITASTE ŽLEZDE, DOJKI,
TESTISA, ZGLOBOVA, MEKIH TKIVA,
DOPPLER KRVNIH SUDOVA
VRATA, NOGU, RUKU

Vardarska 7 22320 Indija
022/556240 062/556350
cincakz@gmail.com

ANA BELLA

KNJIŽARA



Kruševačka 1 36210 Vrnjačka Banja
 036/6121690, 063/8576506
 draganaanabella@hotmail.com
 Knjižara Ana Bella

IGRAČKE
ŠKOLSKI PRIBOR

SUTEX

Ratka Mitrovića 62b 11030 Beograd
011/2380907
sutexbgd@gmail.com sutex@sutex.co.rs
www.sutex.co.rs

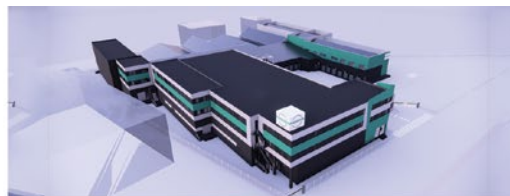


ODVOZ ŠUTA I OTPADA



**PROJEKTOVANJE
MEGA PLUS DOO**

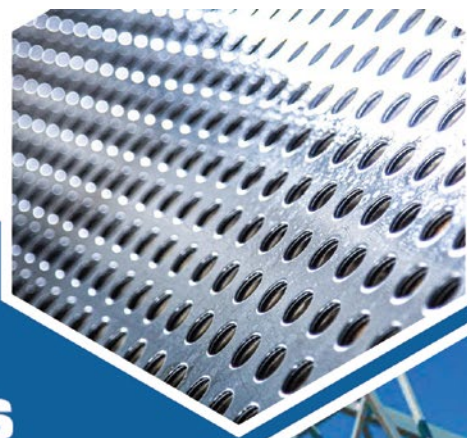
*projektovanje
legalizacija
nadzor*



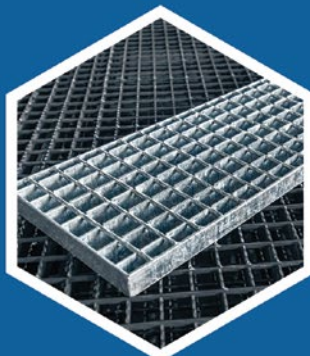
Gundulićev Venac 5 11000 Beograd
063/539 090 063/15 555 16 011/322 32 06
www.megaplus.rs office@megaplus.rs



POTENS
P E R F O R A C I J A



Bakionička 14 31210 Požega
+381 31 3816 457
office@potensperforacija.com
www.potensperforacija.com



**METAL PRODUCTS
STEEL CONSTRUCTIONS
PERFORATION**



RAZNOVRSNOST I KVALITETNIJI SADRŽAJ KLJUČ ZA VEĆI BROJ STRANIH GOSTIJU

TURISTIČKA PONUDA SRBIJE TREBA VIŠE DA SE OKRENE EVROPI I ZAPADU

TRENDOVI NA MEĐUNARODNOM TURISTIČKOM TRŽIŠTU IDU NAM NA RUKU JER MNOGE DESTINACIJE PRAVE OTKLON OD MASOVNOG TURIZMA, A SRBIJA NIJE DESTINACIJA ZA MASOVNI TURIZAM. TO ZNAČI DA PARALELNO SA UNAPREĐENJEM PONUDE NA VODEĆIM LOKACIJAMA TREBA DA RADIMO I NA VEĆOJ VIDLJIVOSTI AUTENTIČNIH PODRUČJA



Srbiju je u 2023. godini posetilo 4,2 miliona turista, što je skoro duplo više nego 2013. kada ih je bilo 2,2 miliona, a prosečna dužina boravka ostala je ista, pokazuju podaci Republičkog zavoda za statistiku. Pritom, ove godine je pored rekorda u broju poseta i noćenja stranih turista ostvaren i rekordni devizni priliv od turizma od skoro 1,6 milijardi evra.

- Srbija poslednjih godina beleži visoke stope rasta dolazaka stranih gostiju koje su posebno primetne nakon Covid krize, jer je među prvim zemljama u Evropi uspela da dosegne prepande-

mijski nivo prometa - kaže za Biznis.rs državni sekretar u Ministarstvu turizma i omladine Uroš Kandić, i dodaje da je tempo dvocifrenih stopa rasta broja stranih gostiju nastavljen i u ovoj godini, sa posebnim ubrzanjem dolazaka kineskih gostiju čiji je rast veći za 70 odsto u prvih osam meseci u odnosu na isti period lane.

I Aleksandar Seničić, direktor Nacionalne asocijacije turističkih agencija (YUTA), ističe u razgovoru za Biznis.rs da trenutno imamo dobar trend dolazaka stranih turista, pa i deviznih priliva.

- Mi u protekle tri godine obaramo taj

rekord, od deset do 15 odsto povećanja godišnje, a na kraju ove godine očekujemo da će devizni priliv biti od 2,7 do tri milijarde evra. Nama idu na ruku neke od negativnih okolnosti po druge zemlje, poput dolazaka velikog broja ljudi iz Ukrajine i Rusije, mogu reći turista koji borave kod nas. Pritom, Srbija je pojačala kampanju i postala je dostupna destinacija, uveden je veliki broj direktnih letova, posebno kada je Turska u pitanju. Prema Istanbulu i Ankari imamo 12 letova nedeljno, u oba smera. Turska je, na primer, napravila dobar plan razvoja na 20 godina, razvila avio-saobraćaj, po-



FOTO: TOPNOT

Srbija je u prethodnim godinama unapredila svoju turističku ponudu, budući da su pored gradskih i u planinskim i banjskim centrima otvoreni hotelski kapaciteti sa četiri i pet zvezdica, sa vrlo razvijenom velnes i spa komponentom, koji privlače strane turiste - objašnjava državni sekretar za turizam i omladinu.

Da bi rezultat bio još bolji, Aleksandar Seničić smatra da je potrebno nastaviti sa ulaganjima u infrastrukturu jer, kako kaže, iako je ovaj sektor kod nas u usponu - nije idealan.

- Na primer, auto-putem Miloš Veliki stiže se za sat i po od Beograda do Čačka. Ranije nije bilo te mogućnosti, a to je idealna prilika da se poseti taj deo - Ovčarsko-kablarska klisura. Sa završetkom deonice do Požege biće dostupan i Zlatibor. Potrebno je da turisti vide i neka druga mesta, ne samo Beograd, Niš, Kraljevo, Novi Sad. Segment ponude se širi, kao i program, a sve to treba pojačano promovisati u Kini, Turskoj, pa i regionu, u lokalnim turističkim organizacijama. Ipak, potrebno je mnogo više animirati turiste sa Zapada. Turizam spaja ljude, narode, putovanjem upoznajte kulturu, ta slika koju stvorite ne može da se vidi u medijima. Negativna slika koju je Srbija imala u proteklih 20-30 godina može da se promeni, pogotovu na zapadu, međutim, treba puno raditi na tome. Čini mi se da je naša kampanja više usmerena ka Aziji, i da je Zapadna Evropa zapostavljena - ističe Seničić i dodaje da su letovi ka Evropi uglavnom popunjeni, ali povratak je problem, kada su oni često poluprazni, a to je znak da mi češće idemo u neku od evropskih destinacija, nego što iz njih dolaze kod nas.

Da bi se broj turista sa Zapada povećao potrebno je, osim bolje promocije, raditi i na kvalitetnijoj ponudi sadržaja. Ključni cilj u razvoju sektora turizma, koji je postavilo Ministarstvo turizma i omladine, okrenut je ka strani ponude koja treba da bude raznovrsnija, sa obavezanim uključivanjem autentičnih elemenata, višeg kvaliteta usluge i da ima kontinuitet.

- Jedino tako možemo uspeti u nameri da privučemo i turiste sa zahtevnijih tržišta. Pri tome, trendovi na međunarodnom turističkom tržištu Srbiji idu na ruku jer mnoge destinacije prave otklon od masovnog turizma, a Srbija nije de-

stinacija za masovni turizam. To znači da paralelno sa unapređenjem ponude na vodećim lokacijama treba da radimo i na većoj vidljivosti autentičnih destinacija i područja. Takvo je upravo Podunavlje, posebno Donje Podunavlje za čiju je revitalizaciju objekata kulturnog nasleđa urađeno mnogo, ali ne i dovoljno. Zato je u infrastrukturnom smislu naš apsolutni prioritet završetak kompletiranja turističke infrastrukture na Podunavlju nizom kapitalnih projekata čija je realizacija započela već protekle godine i, u zavisnosti od investicije, tra-

EXPO 2027 ŠANSA ZA PROMOCIJU DESTINACIJE

- Iako smo suočeni sa dosta neizvesnosti na globalnom planu, očekujem da će međunarodna putovanja, nakon potpune konsolidacije sektora u ovoj godini, nastaviti da rastu. Od ključne je važnosti to što je potpuno oporavljen avio-saobraćaj, zatim što se kineski turisti polako, ali sigurno, vraćaju na međunarodnu turističku scenu kao vodeće emitivno tržište na svetu i što su ljudi voljni da putuju. U pogledu Srbije, postoje svi preduslovi za nastavak rasta turističkog prometa koji treba da bude vođen stranim gostima, a dodatno podstaknut održavanjem specijalizovane svetske izložbe EXPO 2027, najveće odskočne daske za turističku privredu Srbije u novijoj istoriji. Sva ulaganja u organizaciju ove izložbe će biti u direktnoj funkciji daljeg razvoja turističke privrede Srbije - smatra Uroš Kandić.

S druge strane, Aleksandar Seničić kaže da su ogromna ulaganja u EXPO 2027 i da je to dobra prilika za promociju Srbije.

- Kakav će biti rezultat ne mogu da predvidim, ali sigurno ova izložba neće biti prvi motiv za dolazak turista. EXPO je pre namenjen privrednicima, biznismenima, državnim delegacijama, poslovnom svetu. Odavde je dosta ljudi putovalo na EXPO u Dubaiju, ali je retko ko od njih otišao isključivo zbog ovog događaja. Svakako, EXPO je idealna prilika za promociju Beograda i Srbije na tržištima Zapadne Evrope, i mogućnost da se podigne interesovanje za našu ponudu i destinacije.

vezala se sa Srbijom, pojačala kampanju prodaje karata. Kina je, takođe, postala jedna od destinacija koja je u usponu, i to se vidi po broju njihovih turista koji dolaze kod nas - ističe Seničić.

Veliki broj direktnih letova avio-kompanije Air Serbia ka destinacijama koje su značajna emitivna tržišta dao je odlučujući doprinos povećanju međunarodnih dolazaka.

- Ove godine je tokom letnje sezone Air Serbia imala više od 90 direktnih linija u redovnom i čarter saobraćaju, što je, primera radi, za 55 odsto više u odnosu na letnju sezonu 2019. Takođe,



Uroš Kandić



Aleksandar Seničić

jaće do 2026. godine. Duplirali smo kapacitete jednog od najvećih međunarodnih putničkih pristaništa na ovom delu dunavske rute, kod Donjeg Milanovca, a sa završetkom dve marine kod Golupca i Velikog Gradišta i dodatnim investicijama očekujem da će Dunav, u turističkom smislu, biti pandan drugim najatraktivnijim destinacijama u Srbiji. U suštini, ove godine je skoro polovina budžeta za turizam opredeljena za kapitalne infrastrukturne projekte, što nikada do sada nije bio slučaj - ističe Uroš Kandić.

Sa stanovišta samog sektora turizma, najveći izazov u većini zemalja, uključujući i Srbiju, je nedostatak ljudi i potreba za specijalizovanim kadrom, dodaje državni sekretar i napominje da ulaganja države i privatnog sektora nemaju pun smisao ako istovremeno ne možemo da obezbedimo visok nivo usluge za koji nam je potreban adekvatan kadar.

Svetski turizam blizu pretpandemijskog nivoa

Globalni turizam se skoro vratio na nivoe pre pandemije, sa međunarodnim dolascima koji su dostigli 96 odsto od januara do jula u odnosu na isti period 2019. godine, prema izveštaju UN o turizmu (UNWTO). Skoro 790 miliona turista putovalo je u inostranstvo u prvih sedam

meseci ove godine, što je za 11 odsto više u odnosu na 2023, pokazali su najnoviji podaci svetskog turističkog barometra UNWTO, prenela je Anadolu Agency.

Državni sekretar ovaj rezultat tumači podsećanjem da su veliki svetski autoriteti u turizmu na početku pandemije procenjivali da će povratak na nivo 2019. godine trajati u rasponu od dve do četiri godine.

- Tada niko nije mogao da računa na dolazeći sukob Rusije i Ukrajine, niti talas inflacije koji će uzdrmati ceo svet. Uz sve ove rizike koji su po pravilu najveće pretnje za vitalnost turističke industrije, potpuni oporavak svetskog turističkog prometa u ovoj godini je optimističan scenario, s tim što treba istaći da je ovaj rezultat posledica i činjenice da se masovni turizam vratio na velika vrata. Tačno je da putnici danas tragaju za autentičnim destinacijama, koje po mogućstvu imaju epitet 'održivih i zelenih', ali smo isto tako svedoci da pretrpanost vodećih evropskih gradova mnogo više pritiska lokalno stanovništvo koje od regulatora očekuje hitna rešenja za ovaj problem - kaže Kandić i dodaje da se ispostavilo da su ljudi širom sveta samo čekali da se granice otvore i da je ta takozvana „nagomilana tražnja“ eksplodirala uprkos tome što je na svim destinacijama došlo do viših cena prevoza, smeštaja, hrane...

S obzirom na pozitivna globalna kretanja potrebno je da se Srbija više okrene ka Evropi, ističe Seničić, i kaže da je veliki broj direktnih avionskih linija uspostavila kompanija Air Serbia prema destinacijama u Španiji, Nemačkoj, Italiji, i to ne samo u njihovim glavnim gradovima, već i u onim manjim, ali poznatim mestima.

- To je vrlo važno jer kada nemate direktan let lako odustajete od mesta koje biste možda posetili. Statistika pokazuje da kod nas još uvek dolazi najveći broj turista iz zemalja sa prostora bivše Jugoslavije, to jest iz regiona, a strani turisti najčešće dolaze u Beograd zbog aerodroma, te glavni grad ima 60 odsto ukupnih dolazaka gostiju iz inostranstva u odnosu na ostatak Srbije. Moramo da nađemo način da se više bavimo Evropom, jer prema našim istraživanjima Evropljani traže gde da odu za vikend. Preko low cost kompanija za oko 150 evra putuju iz Brisela za Pariz, pronađu noćenje za 30-40 evra i potroše dosta na destinaciji gde se nalaze. S druge strane, turisti iz Azije, prvenstveno Kine, žele lokalni obrok, a mi nemamo kineske četvrti poput Londona ili Njujorka gde bi dobili originalnu hranu, pa su kod nas razočarani ukusima - objašnjava prvi čovek asocijacije YUTA.

MILJAN PAUNOVIĆ



**PRO CHEMICAL
SOLUTIONS**

**HEMIKALIJE
ZA TRETMAN
INDUSTRIJSKIH
VODA**

Gospodara
Vučića 146
11000 Beograd
065/9891904
office@procs.rs



**HOTEL RESTORAN
SALA ZA SVEČANOSTI**

Čika Jovina 3 38220 Kosovska Mitrovica
066 222 225
vngrafendoo@hotmail.com
www.northcity.rs



IZMEĐU KINESKE KONKURENCIJE I EVROPSKIH PROPISA

KRIZA EVROPSKE AUTO-INDUSTRIJE

NEMAČKI GIGANT VW IZGUBIO JE TITULU NAJPRODAVANIJEG BREND AUTOMOBILA U KINI OD KINESKOG PROIZVOĐAČA ELEKTRIČNIH VOZILA BYD KRAJEM 2022.

GODINE, A UDEO KOMPA NIJE VW NA KINESKOM TRŽIŠTU PAO JE SA 19,3 PROCENATA U 2020. NA 14,5 ODSTO U PROŠLOJ GODINI, JER JE PRODAJA VOZILA SA MOTORIMA NA UNUTRAŠNJE SAGOREVANJE OPALA. ŽESTOKA KONKURENCIJA, BRZA EKSPANZIJA KOMPA NIJE BYD I ŠIRENJE TESLE ILONA MASKA DODATNO SU POGORŠALI PROBLEME VW I DRUGIH BRENDOVA KOJI, PO SVEMU SUDEĆI, NISU BILI SPREMNI ZA BRZINU KOJOM JE KINA PRIHVATILA ELEKTRIČNA VOZILA

Evropski sindikati već godinama upozoravaju na opasnost od deindustrijalizacije na Starom kontinentu, što je postalo ozbiljno pitanje za automobilski sektor od izbijanja pandemije korona virusa. U međuvremenu, situacija se dodatno pogoršala sa početkom rata u Ukrajini i uvođenjem evropskih sankcija zbog kojih je industrija ostala bez jeftinog ruskog gasa. Poslednjih nedelja Folksvagen (Volkswagen, VW) je dospao na naslovne strane zbog svoje odluke da razmotri zatvaranje fabrika u Nemačkoj.

Nije samo najveći proizvođač automobila na kontinentu suočen sa potencijalnim gašenjem pogona. I francuski Reno (Renault), kao i italijanska grupacija Stellantis sa 14 brendova, takođe, proizvode znatno više vozila nego što mogu da prodaju. Između 2019. i 2023. godine EU je izgubila više od 853.000 radnih mesta u proizvodnji, uključujući i automobilski sektor koji zapošljava oko 2,4 miliona radnika i obezbeđuje do 13 miliona direktnih i indirektnih radnih mesta. Poljska, Češka, Rumunija i Nemačka predvode po broju otpuštanja u industrijskom sektoru. Glavni uzrok ovih otpuštanja, prema Evropskoj konfederaciji sindikata, je „nedostatak prilagođene podrške za industriju EU“.

Stellantis grupa (Abarth, Alfa Romeo, Chrysler, Citroen, Dodge, DS, Fiat, Jeep, Lancia, Maserati, Opel, Peugeot, Ram Trucks i Vauxhall) počela je da smanjuje prisustvo u Italiji, a akcije kompanije oslabile su za skoro 15 odsto u samo jednom danu krajem septembra. Audi je već najavio restrukturiranje u fabrici električnih vozila u Belgiji, što je poseb-

no iznenađujuće imajući u vidu posvećenost EU energetske tranzicije i električnim automobilima. Negativne prognoze i pesimistične izveštaje predstavili su i drugi veliki evropski proizvođači, uključujući BMW i Mercedes-Benz.

Nemački gigant VW izgubio je titulu najprodavanijeg brenda automobila u Kini od kineskog proizvođača električnih vozila BYD krajem 2022. godine, a udeo kompanije VW na kineskom tržištu pao je sa 19,3 procenata u 2020. na 14,5 odsto u prošloj godini, jer je prodaja vozila sa motorima na unutrašnje sagorevanje opala. Žestoka konkurencija, brza ekspanzija kompanije BYD i širenje Tesle Ilona Maska dodatno su pogoršali probleme VW i drugih brendova koji, po svemu sudeći, nisu bili spremni za brzinu kojom je Kina prihvatila električna vozila.

Krizni razgovori o nemačkim automobilima

Pretnje istorijskim otpuštanjima i zatvaranjima fabrika u nemačkom gigantu Volkswagen, kao i pad zarade u ostatku industrije, navele su nemačkog ministra ekonomije Roberta Habeke da nedavno održi krizne razgovore. Međutim, zbog napetih državnih finansija, sukoba EU sa Kinom oko carina na automobile i evropskih ekoloških propisa, Habek je priznao da nema mnogo sredstava za pomoć industriji koja je osnova nemačke ekonomije.

- Veliki deo zadataka mora rešavati sam Volkswagen. To je zadatak kompanije - rekao je Habek.

Istovremeno, sindikati pozivaju EU

da odbaci mere štednje i da se fokusira na industrijsku politiku koja daje zasluženi značaj svim sektorima, usmerenu ka održivosti i dugoročnom razvoju, koja cilja na kvalitetna radna mesta i ne podleže pritiscima za deregulaciju, već postavlja socijalne uslove za investicije. Takođe, pozivaju da EU razvije evropski investicioni instrument koji će doseći sve države i regione, i da se osigura socijalni dijalog koji uključuje predstavnike države, poslodavaca i radnika.

S druge strane, uprkos carinama EU na kineska električna vozila, proizvođači iz ove azijske sile odlučni su da steknu uporište na evropskom tržištu. Proizvođači kao što su Geely, Chery, Great Wall Motor i BYD čak planiraju proizvodnju električnih automobila u sopstvenim fabrikama u Evropi kako bi zaobišli visoke carine. Međutim, neki analitičari tvrde da je EU mogla da sledi drugačiji pristup, jer carine ne dovode direktno do veće efikasnosti za lokalne proizvođače. Umesto eskalacije trgovinskih sporova, smatraju da je EU trebalo da se fokusira na unapređenje konkurentnosti svoje automobilske industrije i promišljanje



FOTO: PIXABAY

ključnih strategija.

Antisubvencijska istraga EU zaključila je da kineski električni automobili nepravedno konkurišu na teritoriji Unije. Zemlje članice moraju da odluče do kraja oktobra da li će konačno primeniti tarife na uvoz kineskih e-vozila. Kina je već zapretila da će uzvratiti istom me-

rom u drugim evropskim sektorima. U 2023. godini je 21,7 odsto električnih vozila prodatih u EU poticalo iz Kine, što predstavlja brz rast u poređenju sa 2020. godinom kada je taj procenat bio 2,9 odsto.

Naporima EU da zaustavi priliv kineskih električnih vozila uvođenjem novih

carina protivi se nemačka auto-industrija. Iako mere snažno podržavaju zemlje poput Francuske, nemački proizvođači automobila dugo su prisutni u Kini i ostvaruju veliki profit na tom tržištu, zbog čega su oprezni da ne razljute Peking.

- Carine na električna vozila ne smeju stupiti na snagu. Za to se borimo sa vladom i u Evropi, jer postoji velika opasnost da će carine i moguće kontramere naneti više štete nego koristi našoj industriji - rekla je Hildegard Miler, predstavnica lobističke grupe automobilske industrije VDA.

Pritisak da se carine zaustave dolazi iz stranke predsednice Evropske komisije Ursule fon der Lajen, konzervativne Hrišćansko-demokratske unije (CDU) koja je trenutno u opoziciji, navodi Politico.

Carinski rat EU i Kine

Iako je VW najavio promene u svojoj kineskoj strategiji do kraja decenije, razvijene ekonomije poput SAD, Kanade i EU nedavno su uvele carine na kineska

ITALIJA ZA HITNU REVIZIJU EVROPSKOG ZELENOG DOGOVORA

U procesu Zelenog dogovora predviđena je klauzula o reviziji koja bi trebalo da se razmatra do kraja 2026. godine, na šta je podsetio italijanski ministar proizvodnje Adolfo Urso.

- Investira se kada postoji sigurnost. Sada se, kao što nemački slučaj pokazuje, nalazimo na ivici kolapsa evropske proizvodnje koja ne može da održi nametnuto tempo bez adekvatnih javnih ulaganja. Pozivam ostale evropske vlade da odluku pomerimo na prvi deo sledeće godine - rekao je italijanski ministar.

Za Urso pitanje automobila „nije italijanski problem, već evropski. Evropska automobilska industrija je u kolapsu, bez adekvatnih zajedničkih resursa”. U Nemačkoj, „ne u Italiji, upravo su najavili zatvaranje dve fabrike”, istakao je Urso, upozorivši: - Ako ne želimo da se ponovi ono što se dogodilo pre nekoliko nedelja kada su traktori izašli na trgove, moramo doneti odluku. Ne možemo čekati dve godine. Na ovaj način kompanije ne ulažu ni u jedan pravac.

Ministar je zatim zaključio: „Tražiću od Evrope da sa mudrim pragmatizmom koji vodi italijanska vlada pronađe način kako da se spoji ekološka održivost sa ekonomskom i socijalnom održivošću proizvodnog sistema. Da bismo to postigli, moramo ubrzati reviziju klauzule”.



FOTO: PIXABAY

električna vozila zbog straha da bi prevelika ponuda na njihovim tržištima mogla ugroziti domaću proizvodnju.

- Oštrija strategija u Kini ima tri stuba: sveobuhvatan portfelj proizvoda koji ubrzava elektrifikaciju modela brenda, jezik brenda i dizajna razvijen specifično za kinesko tržište, i lokalni tehnički razvoj sa snažnim partnerima u Kini kako bi se ubrzao tempo inovacija - saopštio je Volkswagen ranije ove godine.

U izveštaju o evropskoj konkurentnosti bivši predsednik Evropske centralne banke Mario Dragi naveo je prošlog meseca da EU treba da investira oko 800 milijardi evra (4,7 odsto evropskog BDP-a) godišnje kako bi postigla svoje ciljeve u oblasti inovacija, energetike i bezbednosti, i bila sposobna da se takmiči sa SAD i Kinom. Sada je pitanje kako će se prikupiti ovaj iznos.

Evropska automobilska industrija zahtevala je „hitne mere olakšanja“ nakon što je prodaja električnih automobila opala u regionu. Podaci o registraciji novih automobila pokazuju da je prodaja električnih vozila pala za 45 odsto u avgustu 2024. godine, sa 92.627 prodatih vozila, u poređenju sa 165.204 u istom mesecu 2023. godine, dok je tržišni udeo baterijskih električnih vozila opao sa 21 odsto na 14,4 odsto. Evropsko udruženje proizvođača automobila (ACEA) navelo je da je ovaj pad izazvan u Nemačkoj i Francuskoj, najvećim tržištima novih automobila u Evropskoj uniji.

ACEA predstavlja 15 proizvođača automobila, kombija, kamiona i autobusa sa sedištem u Evropi, uključujući BMW Grupu, Ford Europe, Hyundai Motor Europe, JLR, Mercedes-Benz, Nissan, Renault Grupu, Toyota Motor Europe i Volkswagen Grupu. U Nemačkoj je prodaja električnih vozila pala za 68,8 odsto u avgustu u poređenju sa istim periodom 2023. godine, dok je u Francuskoj zabeležen pad od 33,1 odsto. Ukupno, tržište novih automobila u Evropskoj uniji opalo je za 18,3 odsto u avgustu 2024. godine, pri čemu je prodaja benzinaca pala za 17,1 odsto, a dizelaša za 26,4 odsto, dok su hibridna vozila jedina zabeležila rast od 6,6 odsto.

Od početka godine u Evropi je registrovano 902.011 električnih vozila, što predstavlja 12,6 odsto tržišta novih automobila. U saopštenju za medije ACEA je navela da su proizvođači automobila podržali prelazak na električna vozila, ali da „ostali neophodni elementi ovog sistemskog prelaza nisu na mestu“. Ova lobistička grupa pozvala je donosioc politika EU da ubrzaju reviziju propisa o CO₂ emisijama za laka i teška vozila, planiranu za 2026. i 2027. godinu, na 2025.

Šest najvećih evropskih proizvođača automobila ostvarilo je profit od 130 milijardi evra između 2022. i 2023. godine, prema podacima Automotive News Europe. Ipak, prosečna cena električnih vozila u Evropi porasla je za trećinu od 2021. godine, dok se u Kini prepolovila.

Cene minerala za baterije su pale, a baterijske ćelije se prodaju uz velike popuste.

- Nedostaju ključni uslovi za povećanje proizvodnje i usvajanja vozila sa nultom emisijom, infrastruktura za punjenje baterija i punjenje vodonika, kao i konkurentno proizvodno okruženje, pristupačna zelena energija, podsticaji za kupovinu i porez, kao i sigurno snabdevanje sirovinama, vodonikom i baterijama - saopštio je Upravni odbor ACEA. - Ekonomski rast, poverenje potrošača u EV i poverenje u infrastrukturu takođe se nisu dovoljno razvili.

Odbor ACEA izrazio je sve veću zabrinutost oko postizanja ciljeva smanjenja emisije CO₂ za automobile i kombije do 2025. godine, jer zakoni nisu prilagođeni promenama u geopolitičkoj i ekonomskoj klimi.

- Nemogućnost zakona da se prilagodi stvarnim promenama dodatno narušava konkurentnost sektora - naveo je odbor, tražeći od Brisela da ciljeve za CO₂ emisije automobila do 2025. odloži za dve godine.

Julia Poliskanova, direktorka za vozila i lance snabdevanja u oblasti e-mobilitnosti u T&E i bivša visoka funkcionerka Evropske komisije, ocenila je da je zahtev koji je uputio ACEA „ciničan i apsurdan“. Prema njenim rečima, proizvođači automobila zaradili su više od 130 milijardi evra profita u poslednje dve godine i imali su dovoljno vremena da se pripreme za ovaj cilj.

- Sada žele da EU proglasi vanredno stanje kako bi mogli da nastave da prodaju zagađujuće automobile i ostvaruju velike profite. Ovo nije rat ni pandemija, već sebična predstava - navela je Poliskanova.

Proizvođači automobila tražili su fleksibilnost u vezi sa EU standardom za CO₂, koji je postao zakon 2019. godine i daje im rok do kraja 2025. da ga ispunje. Neki proizvođači već ispunjavaju zahteve, dok drugi imaju jasne planove kako da postignu ciljeve do kraja sledeće godine, pokazuju analize. Proizvođači mogu ispuniti standard povećanjem prodaje električnih i hibridnih vozila sledeće godine. Prodaja električnih vozila trebalo bi da bude podstaknuta dolaškom sedam novih modela po ceni nižoj od 25.000 evra do kraja ove i tokom 2025. godine.



VLADIMIR JOKANOVIĆ

PUT INŽENJERING



**Sve
na
jednom
mestu**



 **Ruzmarina 25, Niš**

 **018/215355**

 **office@putinzenjering.com**

 **Prva centralna radna 3, Nova Pazova**

 **022/2152225**

 **mobeco@putinzenjering.com**



www.putinzenjering.com



PROIZVODNJA BETONA

Mobilna fabrika betona



IZGRADNJA

Niskogradnja
Visokogradnja



PREFABRIKACIJA

AB montažne konstrukcije, šuplje ploče



TRANSPORT I MONTAŽA

Automikseri, kiperi, damperi, pumpa za beton, prikolice, autodizalice



FOTO: FREPIK

KLIMATSKE PROMENE I SKOK CENA UGROŽAVAJU BUDUĆNOST

CRNOGORSKO MASLINARSTVO NA RASKRSNICI

PLANTAŽNIH ZASADA JE 2021. GODINE BILO NA POVRŠINI OD 151,5 HEKTARA, ALI VIŠE OD DVE TREĆINE STABALA MASLINA PRIPADA STARIM ZASADIMA, ČIJA JE PROSEČNA STAROST IZMEĐU 200 I 300 GODINA. PROSEK PRINOSA NA PLANTAŽAMA IZNOSIO JE U PERIODU OD 2015. DO 2020. GODINE 2,53 TONA PO HEKTARU. UKUPAN BROJ STABALA MASLINA U CRNOJ GORI PROCENJEN JE NA 550.000

Maslinova grančica je od religijskog simbola mira prerasla u univerzalnu predstavu ljubavi, pobeđe, dugovečnosti i mudrosti, i tako obezbedila maslini besmrtnost. Zato njena proizvodnja na Mediteranu ima izuzetan značaj. Maslinarstvo u Crnoj Gori je prisutno nekoliko hiljada godina, ali se ova „zlatna grana crnogorske poljoprivrede“ u poslednje vreme suočava sa brojnim izazovima koji dovode u pitanje njen opstanak. Ipak, stručnjaci kažu - ima nade.

Dr Marija Markoč, izvršna direktorka Kuće maslina, diplomirani inženjer agronomije i sudski veštak za maslinarstvo i uljarstvo, mediteransko voćarstvo i melioracije zemljišta, za Biznis.rs ana-

lizira sadašnje stanje na tržištu počevši od toga da se u Crnoj Gori nalaze neka od najstarijih stabala maslina na svetu.

U pitanju su Stara maslina na Mirovnici u Baru stara 2.240 godina i stablo Velje

masline u Ivanovićima kraj Budve slične starosti.

- Povoljni ekološki uslovi i tradicija gajenja na mnogim mestima crnogorskog primorja omogućila je postojanje čistih,

KUĆA MASLINA I OLEOTURIZAM

Kako bi se očuvala tradicija i podstakla valorizacija maslinarstva, napravljena je Kuća maslina, jedinstveni objekat u koji je uloženo skoro million evra. Značaj mu je višedimenzionalan, a prema rečima direktorke, služi da svakodnevno inicira inovativne, ali i strateški važne aktivnosti za maslinarsku proizvodnju.

- Zahvaljujući dugo očekivanom početku rada preduzeća Kuće maslina u Starom Baru, oleoturizam je nova niša turističke ponude Bara. Maslinarski ili uljni turizam, kako ga u regionu još zovu, predstavlja jednu od najbrže rastućih turističkih niša - zaključuje Markoč.

velikih kompleksa maslina koji daju utisak šumskih formacija, a koji se protežu od Ulcinja do Bokokotorskog zaliva - navodi Markoč i dodaje da se maslinarski region Crnogorsko primorje može podeliti u dva podregiona: barski (Ulcinj, Bar i Budva) i bokokotorski (Tivat, Kotor i Herceg Novi).

Više od pola miliona zasada masline u Crnoj Gori

U Crnoj Gori se u ovom trenutku sprovodi popis poljoprivrede, prvi nakon 14 godina, koji će doprineti novim saznanjima i u ovoj oblasti, ali je ohrabrujuće da broj zasada raste, objašnjava naša sagovornica. U odnosu na 2014. udeo je povećan sa 32 na 53 odsto, odnosno došlo je do uvećanja plantažnih zasada za 21 odsto. Odlikuje ih izrazita fragmentarnost, a prosečna veličina maslinjaka je od 0,2 do dva hektara.

- Prema podacima MONSTAT-a iz 2021. godine, plantažnih zasada je ukupno bilo na površini od 151,5 hektara, međutim većina stabala maslina (više od 70 odsto) pripada starim zasadima, čija je prosečna starost između 200 i 300 godina. Prosek prinosa maslina na plantažama iznosi 2,53 tona po hektaru, u periodu od 2015. do 2020. godine. Ukupan broj stabala maslina u Crnoj Gori procenjen je na 550.000 - precizira Markoč.

Jedini veći zasadi u Crnoj Gori su u Ulcinju (Valdanos sa 80.000 stabala), na Luštici (20.000 stabala) i u Baru (Sv.Vić -



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

Sustaš, više od 50.000 stabala i Džidžarin 10.000 stabala). Takođe, ona smatra da je vredan pomena i maslinjak kompanije „13. Jul - Plantaže”, koji zauzima 23 hektara i poseduje 13.000 stabala. Na maslinarskoj mapi se polako izdvaja i takozvani Podgorički region sa svojih 40 hektara, koji bi trebalo da dobije status posebnog regiona u arealu rasprostranjenja masline u Crnoj Gori.

Na crnogorskim plantažama masline dominira sorta žutica (65 odsto), a zatim crnica, sitnica, lumbardeška i šarulja, kao i one manje zastupljene - zinzulača, fran, drobnica, gloginja, lumbardina, dužica i barkinja. Iako često ne daju do-

voljno prinosa, stari maslinjaci autohtonog sortimenta i vrhunskog kvaliteta ploda i ulja čine nemerljivo bogatstvo Crne Gore i zato bi trebalo uložiti sve napore u njihovu zaštitu.

Oko 90 odsto proizvodnje predstavlja maslinovo ulje, a ukupna proizvodna količina kreće se između 250 i 400 tona. Pored toga, maslina se konzervira, prave se paste ili paštete od maslina, zatim čaj od lista maslinovog drveta, izrađuju raznovrsni suveniri, ali i brojni drugi proizvodi.

Ilazovi crnogorskog maslinarstva

Najveći problem proizvođačima maslina širom sveta zadaju klimatske promene jer ugrožavaju prinose, pa zato cene drastično rastu i maslinovo ulje postaje pravo tečno zlato.

- Shodno statističkim podacima Evropske komisije, prosečna cena maslinovog ulja u veleprodaji na tržištu 27 članica EU u junu 2024. godine bila je veća za oko 45 odsto u odnosu na 2023. Cene drugih ulja i masti porasle su za oko 13 odsto u posmatranom periodu - rekla je naša sagovornica.

Enormna poskupljenja su zabeležena i na najvećim tržištima - Španija 86,7 odsto, Italija 62,1 odsto i Krit 72,7 odsto, pa su u toku javne debate o mogućim rešenjima.

Marija Markoč je problematizovala situaciju sa cenama i u crnogorskim marketima, gde litar svetski poznatog Monini ulja košta 38 evra po litru. Dakle, potrebna je ozbiljna svota novca za veće količine, a to će, smatra ona, dovesti do pada ionako niske potrošnje maslinovog ulja po glavi stanovnika u Crnoj Gori, koja iznosi svega 0,5 litara na godišnjem nivou. Ipak, kaže da se to može okrenuti u korist domaćim proizvođačima ako se stimulativnim mehanizmima države deluje na vreme.

- Red je da domaći maslinari dobiju subvencije po litru proizvedenog ekstra-devičanskog maslinovog ulja od resornog ministarstva, ali i da budu zaštićeni od nepravdne politike trgovačkih lanaca - rekla nam je ona i pozvala građane da kupuju ulje sa žigom „Dobro iz Crne Gore“ i tako podrže lokalne brendove i njihov prepoznatljiv kvalitet, jer je agroturizam veliki potencijal zemlje.

 **NADA MATIĆ**



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

AUTOSERVIS **M&B**

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

SERVIS ZA JAPANSKA I
KOREJSKA VOZILA



TK-SYSTEM

servis transportnih hladnjača

Kneza Miloša 200, 22324 Indija, Beška
022/572100, 063/8129779
tksystem05@gmail.com





*Vaš pouzdan izvor
svežeg i kvalitetnog
mesa*

Mesara Trojka Galenika
Momačila Radivojevića 34, Galenika
(011) 77-32-066
(062) 839-18-38

Mesara Trojka Zemun
Gornjogradska 1 (Romaniska 9), Zemun
(064) 568-72-32

kontakt@mesaratrojka.rs
www.mesaratrojka.rs



Udruženje penzionera opštine Knjaževac



Branka Radičevića 2
19350 Knjaževac

019/732674

udruzenje.knj@mts.rs





FOTO: FREEPK

NAVIKA KOJA SE BRZINOM SVETLOSTI UKORENILA U DNEVNU RUTINU

KAFA ZA PONETI - NOVI PRODUŽETAK RUKE

POSLEDNJIH GODINA KAFE ZA PONETI DOŽIVELE SU VELIKU POPULARNOST U NAŠOJ ZEMLJI, NAROČITO U BEOGRADU. OMILJENI NAPITAK UPAKOVAN U LAGANU ATRAKTIVNU AMBALAŽU POSTAO JE NEIZOSTAVNI DEO PEJZAŽA NAŠIH ULICA, TOPLI SAPUTNIK U ŠETNJI, POMOĆNIK ZA RAZBUĐIVANJE U HODU, A POMALO I MODNI DETALJ

Gotovo da se na nedeljnom nivou u glavnom gradu otvori po nekoliko kafeterija, bilo da je reč o malenim šalter-lokalima od svega nekoliko kvadrata u koje jedva da stanu kafe-aparat, frižider i zaposleni ili modernim kafićima izuzetne estetike gde je sve na visokom nivou – od ambijenta i usluge do ukusa i šoljica. I deluje kao da svi uspešno posluju, da za sve ima dovoljno mušterija, iako

cene ovih napitaka često nisu baš tako pristupačne.

Zato se nameće dilema - da li su kafeterije sve brojnije jer mi sve više pijemo kafu ili mi pijemo više zato što nas mame na svakom koraku?

U svakom slučaju, vrste kafe, poreklo zrna, načini pripreme i egzotične kombinacije postali su obavezno gradivo pre naručivanja kafe – takoreći novo „predznanje sa kojim se ide u kafanu“.

Korona je bila prekretnica

Zatvaranje ugostiteljskih objekata tokom pandemije pokazalo nam je da je broj ljubitelja kafe koji ne mogu bez nje mnogo veći nego što smo očekivali, i da „kafica s nogu“ kupljena kroz improvizovani šalter kafića itekako može da zameni kafenisanje za stolom. Upravo te 2020. godine kafe „za poneti“ uvukle su se među naše dlanove da bi narednih godina njihova konzumacija i prodaja gotovo eksplodirale.

- U pitanju je navika koja se brzinom svetlosti ukorenila u našu dnevnu rutinu, jer na taj način krstarimo beogradskim ulicama kao da su njujorške, sedimo u parkovima kao da su pariski, a kombinujemo odevne kombinacije uz estetiku čaše za poneti kao da je bečka – objašnjava Nikola Milović, stručnjak za marketing u turizmu, dugogodišnji menadžer u hotelijerstvu, trenutno direktor marketinga hotela Metropol Palace u

NEMA LOŠEG MESTA ZA KAFU I PAUZU

Ljubav prema kafi uz cigaretu tokom pauze na poslu ponajbolje ilustruje nesvakidašnja scena koja se svakodnevno ponavlja na Slaviji, blizu Sveta kafe. Na ivici trotoara, tik uz kolovoz kojim u skoro neprekidnom nizu prolaze vozila sa čak deset linija gradskog prevoza, uz ogroman protok pešaka, žurbu i zaglušujuću buku, kraj jedne ulične kante za smeće smenjuju se ekipe zaposlenih na pauzi koji svoje šoljice kafe za poneti spuste na njen ravan „krov“. Poput kadra iz nekog filma, za ove kafoljupce u poslovnim odelima ili uniformama u tim trenucima postoji samo uživanje u omiljenom napitku i kao da ništa iz okoline ne dopire do njih. A beskrajno prljava kanta za smeće tako pola dana glumi mini-šank, ali ne u filmu.

PUT KAFE: OD RUČNOG MLINA DO UNIKATNIH ŠOLJICA

Kultura kafe se kod nas neguje odavno, sećamo se "C kafe" koju smo sveže samlevenu kao mali trkom nosili kući ili starih ručnih mlinova koji su krasili police komoda. Jedan sam od onih koji nije mogao da sačeka da poraste i pije domaću kafu sa starijima, sve sa strahom da mi ne izraste rep, priseća se Nikola Milović i dodaje da je nastankom modernih kafeterija sa zapada u jednom trenutku stigao i loš trend šoljica veličine tanjira za supu.

- Kasnije smo razumeli i naučili i kako to Italijani piju kafu, u koje vreme i šta tačno... Domaći lanac kafeterija edukovao je omladinu i kreirao tu novu branšu barista i danas imamo specialty kafe mesta gde se ceni zrna, tehnika, a umeće bariste je podignuto na najviši ritualni nivo - pojašnjava Milović i dalje podseća na svoje vreme organizovanje coffee cuppingsa i okupljanja zajednice kafoljubaca koji na slepo prepoznaju da li je zrna robusta ili arabica, ili pak Etiopija ili Kuba. Komercijalni brendovi se utrkuju ko će pre i više prići ovoj zanatskoj liniji konzumacije i ko će lepšu paket šoljicu ponuditi angažovanjem i keramičara artisansa za tu svrhu.

- Kao i svaki drugi trend, trend ispijanja kafe se u poslednje vreme vraća na početak i dosta i mlađih generacija - koje prihvataju gramofon i štampano izdanje magazina, na isti način traže domaću ili tursku kafu u specifičnim šoljicama. Taj povratak je nešto što raduje - sumira naš sagovornik.

Beogradu i Sofiji, a pre svega, izuzetan poznavalac prestoničke ugostiteljske scene.

On se priseća perioda korone i jedne scene u centru Zemuna, kada je bio zabranjen rad kafea, ali su sugrađani našli način da iz okolne pekare uzmu kafu za poneti.

- Nikada nisam video da i po hladnom vremenu, kao negde u Amsterdamu, sve generacije konzumiraju ovaj napitak napolju, u krugu porodice, društva, ljubimaca... - opisuje naš sagovornik.

On navodi da je zapravo cela jedna generacija i kultura osvanula kao predvodnica trenda „kafa za poneti“.

- Sada odlazimo u te savremene enterijere, pa čak i kada nemamo vremena da sedimo, ponećemo sa sobom ovaj „produžetak ruke“ koji vrlo emotivno prihvatamo, jer asocira na toplinu, nešto subjektivno, nešto samo naše. U poslednje vreme je bitno i koji to brend nosimo, poput kakvog aksesoara, jer time dajemo na značaju da li smo znalci ili pomodari - ističe Milović u razgovoru za Biznis.rs.

Odnos ljudi prema kafi se promenio

Posle 20 godina provedenih u ugostiteljstvu Darko Živanović odlučio je da 2021. godine otvori svoju malu kafeteriju nadomak beogradskog trga Slavija. Njegov Svet kafe u pravom trenutku je uhvatio talas ekspanzije „kafa za poneti“

i, kako kaže, svake godine posluje sve bolje.

- Korona je dosta uticala na popularnost „kafa za poneti“. Pokazalo se da ima mesta na tržištu za takvu biznis ideju. Ljudi su u tom periodu mnogo više uzimali ove kafe, jer nisu mogli da sede po baštama. I sam način života se nekako promenio i kupci više nemaju toliko vremena za sedenje, pa kafu piju pre posla, neki na pauzi ili posle radnog vremena. Ceo koncept se promenio. Mi radimo ceo dan, ali najviše kafa prodamo od sedam do deset ujutru - analizira Živanović napominjući da, iako veliki broj hedonista i dalje voli da sedi i uživa u kaficu, broj malih kafeterija raste baš zbog toga što se odnos ljudi prema kafi zaista promenio.

Nakon tri godine poslovanja i dalje se drži svog osnovnog pravila - kafa mora da bude podjednako dobra svaki dan.

- U ugostiteljstvu je mnogo važno održavati kvalitet. Ne može se jedan dan biti dobar, a sutra lošiji. Takođe, potrebno je vreme da se ljudi upoznaju sa ponudom i kvalitetom, da se naviknu na ukuse. Sa druge strane, ljudi u Beogradu sada dosta znaju o poreklu i vrstama kafe, sama kultura ispijanja i poznavanja kafe kod nas se mnogo razvila - naglašava Živanović u razgovoru za Biznis.rs.

Kafu nabavlja iz Italije i reč je o dve mešavine: jedna premijum 100 odsto arabika, a druga blend koja je 70 odsto arabika, a 30 odsto robusta. Pojašnjava

nam i da sto odsto arabika nije poreklom samo iz jedne regije, nego je iz više zemalja - Brazila, Kolumbije, Vijetnama... i da se tek njihovom mešavinom dobija određeni ukus ili nota kafe, kod arabike uglavnom citrusna. Mušterije su najčešće domaće, ali njegov lokal dosta posećuju i doseljenici iz Rusije, kao i turisti iz raznih delova sveta.

- Najviše se prodaju espresso sa mlekom, kapučino i late. U ponudi je tačno navedeno od kog zrna je koja kafa. Imamo i neke naše kafe sa specijalnim čokoladama, kao što je bela posna čokolada koja ima notu oraha, kojih nema na drugim mestima u gradu, ili kafe sa marcipanom koje samo kod nas mogu da se probaju. Zato se turisti baš iznenade kad probaju nešto što nigde do sada nisu - navodi naš sagovornik.

Čudesne ruske kombinacije ukusa

Ipak, brojni doseljenici iz Rusije tokom poslednje dve godine značajno su obogatili ugostiteljsku scenu prestonice, ne samo kao kafedžije, već i kao mušterije.

- Rusi imaju malo drugačije navike, više traže neke neobične kombinacije poput espresa sa sirupom od maline ili lavande, a piju i kafu pomešanu sa ceđenom pomorandžom ili čak espresso tonik - objašnjava Darko Živanović.

A da je uticaj ruske kulture doprineo novoj i drugačijoj usmerenosti ka kafi, potvrđuje i Nikola Milović.

- Reč je o nekim novim kombinacijama koje naši ljudi sporo, ali ipak prihvataju, kao što je espresso sa sokom od lubenice ili narandže, ali i obaveznom desertom - kolačem od limuna ili maka koji je sastavni deo porudžbine. Dodatno, njihova fleksibilnost u promociji, autentičnost i relaksiranost su nešto što je počelo da se prelijeva i u naše lokale - primećuje Milović i pomalo romantično zaključuje:

- Kako smo zagazili u jesenju sezonu, nema ničega prirodnijeg od prve jutarnje kafe u toplini doma, preko šetnji po jesenjem opalom lišću uz „kafu za poneti“, pa sve do vikend bega iz grada i čega - našeg saputnika „kafa za poneti“, koja nas drži budnim, ali i dodaje na atmosferi road tripa dok krstarimo jesenjim pejzažima.

 **VESNA ŽIVANOVIĆ**

STORYTELLING ILI PRIČA IZA BREND

BIO JEDNOM JEDAN PREKO POTREBAN PROIZVOD

NEKO VREME PRODAVALI SMO ROBU, POTOM PLASIRALI GOTOVE PROIZVODE, NAKON TOGA POTROŠAČ POSTAVLJA IMPERATIV RAZVOJA EKONOMIJE USLUGA, A DANAS ISKUSTVA. EKONOMIJA ISKUSTVA NE ZNAČI DA SE PROIZVODI I ROBE NE PRODAJU, ALI USPEŠNA REKLAMA MORA DA IH VEŽE ZA ISKUSTVO KUPCA

Pored tipičnog sticanja profita, reklama predstavlja nešto što je poželjno. Međutim, kupci su svakodnevno bombardovani informacijama, pa je brendovima sve teže da se istaknu. Tako pripovedanje u marketingu postaje bitan alat.

U pitanju je pristup koji omogućava brendovima da prenesu svoje vrednosti, vizije i misije koje nadmašuju tradicionalne marketinške tehnike. Ne samo da na ovaj način privlače pažnju već obezbeđuju lojalnost i dugotrajan odnos sa potrošačima. Reklo bi se da je reč o jednom emotivnom odnosu između kupca i proizvoda i da nas kompanije u to i ubeđuju.

- Generalno, svaka kupovina je emotivna - kaže marketing stručnjak Miljan Premović u razgovoru za Biznis.rs i dodaje da je argument koji tome ide u prilog komunikacija u procesu kupovine.

- Uzmimo primere koji predstavljaju ekstreme u komunikaciji, odnosno nekomunikaciji. Coca-Cola i nekadašnji no name brend „Crni i žuti sok”. Coca-Cola ima velika očekivanja od marketinga i potroši oko četiri milijarde dolara godišnje u te svrhe (oko 10 odsto ukupnih prihoda). Ni na jednoj reklami ili komunikacionoj aktivnosti nećete videti ništa vezano za kvalitet Coca-Cola proizvoda ili njegov sastav, sve je „storytelling”. Njihov storytelling ima širok spektar, ali baziran je na zabavi, slavlju, praznicima, porodici koja uživa dok pije Coca-Colu.

Sa druge strane, naš sagovornik ističe da se devedesetih godina kod nas pojavio veoma jeftin „crni” i „žuti” sok. Bez reklame. Bez storytellinga.

- Iako se čini da su se ovi sokovi prodavali samo zato što su jeftini - to nije baš tačno. Oni su se kupovali opet - zbog emocija. Daću primer dve takve emocije. Prva je bila povezana sa željom kup-



Miljan Premović

ca za storytellingom Coca-Cole, ali on nema dovoljan budžet ili je nije bilo u prodaji. Druga emocija je da kupac misli da je prepametniji jer kupuje istu stvar kao što je Coca-Cola, ali mnogo jeftinije. Dakle, kupci i jednog i drugog brenda su prihvatili predlog kompanija da im je to piće iz nekog razloga neophodno. Svakako, ono nije neophodno da bi opstali, tako da je u pitanju emocija koja pokreće kupovinu.

Sociolog Nevena Novaković nam otkriva da društveni i kulturni faktori sigurno priče ne čine efikasnijim, ali šalju naratoru (odnosno brendu) određene



Nevena Novaković

recepte, vrednosti i norme, koje u specifičnom društvu treba da ispoštuju i koje društvena grupa na koju ciljaju ceni, vrednuje, voli.

- U tom smislu brendovi treba detaljno da razmotre tržište i njegov kontekst pre plasiranja proizvoda - navodi naša sagovornica.

Preko ove veštine marketing stručnjaci traže kako da na adekvatan način dođu do kupca i ubede ga da mu je taj proizvod potreban. Takođe, neće se ni fokusirati na samo prikazivanje proizvoda. Nije slučajno što se baš ova marketing taktika pokazala posebno uspešnom.

PLAZMA NAJVEDNIJA NA „CRNOM TRŽIŠTU”

Miljan Premović ističe dobre primere pripovedanja i na našem tržištu.

- U Srbiji ima dosta zanimljivih domaćih kompanija koje se trude da izgrade svoj brend na domaćem i međunarodnom tržištu. Jedna od njih je Bambi i njihov brend Plazma. Plazma se povezuje sa pričom o odrastanju, porodičnim vrednostima i putovanjima. Koliko je moćna njihova poruka opet možemo da posmatramo kroz ekstrem - kada je u južnoj srpskoj pokrajini pre nekoliko godina bila praktično zabranjena prodaja proizvoda proizvedenih na teritoriji Srbije, najveću tražnju na „crnom tržištu” imala je - Plazma!

FOTO: PRIVATNA ARHIVA



FOTO: PEXABAY

- Storytelling, ili priča iza brenda spretno sročena u marketing, daje kontekst samom brendu smestajući ga u postojeće i poznate kulturne i društvene okvire. Na taj način brend pokušava da nađe svog idealnog kupca - kaže Nevena Novaković i objašnjava da je storytelling lukava brend taktika, priča koja daje humanu dimenziju brendu, a ta ljudska dimenzija daje prostor kupcu da se poistoveti sa brendom.

- Brend dobija „ličnost” i „život” kroz priču, postaje deo našeg življenog iskustva čak i kada tu priču samo gledamo, jer brend postaje inkorporirani deo životnog stila koji i sami vodimo. Primećujete da dosta reklama ima aspekte koji nemaju veze sa samim proizvodom - razigrane reklame za penušava pića, porodični ambijent za nameštaj i slično.

Serijsa „Mad Men” oslikava evoluciju marketinga od jednostavne prodaje proizvoda do stvaranja dubokih iskustava i sociolozi su zapazili da je to u seriji vrlo uspešno pokazano. U svetu gde reklame prate društvene i tehnološke promene,

postavlja se pitanje: kako se brendovi prilagođavaju zahtevima modernog potrošača? Kroz analizu prošlih i sadašnjih trendova jasno je da uspešna reklama mora da poveže proizvode sa emotivnim iskustvima, uzimajući u obzir nove forme komunikacije koje diktiraju društvene mreže.

- Neko vreme prodavali smo robu, potom plasirali gotove proizvode, nakon toga potrošač postavlja imperativ razvoja ekonomije usluga, a danas ekonomije iskustva. Ekonomija iskustva ne znači da se proizvodi i robe ne prodaju, ali uspešna reklama mora da ih veže za iskustvo kupca. Pored toga, ona mora da se prilagodi ritmu koji diktiraju i nove tehnologije, prevashodno društvene mreže. Vreme trajanja, format i dizajn reklama u velikoj meri određene su Reelsima, TikTocom i skrolovanjem koje svi praktikujemo na dnevnom nivou. Pa čak i one televizijske poprimaju sve jednostavniji, brži, šareniji oblik.

Ipak, ne uspe svaki brend uspešno da ispriča svoju priču.

- Najveće greške se javljaju u samom startu - otkriva nam Miljan Premović. - Kada u kompaniji ne razumeju svoje kupce, ne mogu razumeti ni sebe. Ako kompanija ne razume sebe, ne može razumeti ni kupce. To je začarani krug iz kojeg se izlazi pažljivim istraživanjima, planiranjem, jakim radom i fokusom. Kako se te greške vide? Kupci ih podsvesno vide, a neko ko se time profesionalno bavi zapaža sledeće: reklamna poruka se sviđa menadžmentu ili vlasniku, a kupac je ne primećuje; kupac kupuje taj proizvod iz potpuno drugog razloga od ideje koju vlasnik ili menadžment vide; kupac kupuje taj proizvod sa nekim drugim proizvodom, a menadžment ili vlasnik rade kontrapropagandu, ambalaža ne odgovara rafu, reklamni kanali komunikacije ne odgovaraju kupcu...

Umetnost pripovedanja prevazilazi granice marketinga i ne smemo zaboraviti koliko je naracija kroz istoriju čovečanstva bila važna veština. Ona je temelj ljudske komunikacije i razumevanja. Priče su ono što nas povezuje, omogućavajući nam da delimo iskustva, vrednosti i emocije.

U svetu koji postaje sve više digitalizovan, potreba za autentičnim narativima vrlo je važna. U tom smislu, pripovedanje postaje alat za jačanje zajednice, podsticanje empatije i kreiranje prostora za dijalog. Kako nastavljam da istražujemo različite aspekte ljudskog iskustva, ne smemo zaboraviti snagu priče da inspiriše, pokrene i transformiše svet oko nas.

 JANA VOJNOVIĆ

TRADICIONALNE REKLAME NAJTEŽE STIŽU DO KORISNIKA

Tradicionalne reklame u vidu bilborda i postera najteže zadržavaju pažnju korisnika, jer najteže vezuju iskustvo sa proizvodom, ali ni za njih ta misija nije sasvim nemoguća - često koriste vrednosti kako bi istakli „kakva osoba” nosi/voli/kupuje njihov proizvod ili iščekivanje dajući delić informacije ili slike proizvoda.

- Na primer, Alma Quatro i kampanja „Muzeji su zaQon” i „da biste videli celu sliku posetite...”. Takođe, često se koristi format chata kao statična, ali i video-reklama, aludirajući na naše svakodnevno iskustvo boravka na društvenim mrežama i oponašajući sleng određene generacije, koji je - kada je loš - „krindž” onima kojima su namenjene - primećuje Nevena Novaković.

ŠNEŽANA ČOKEŠA PR

AGENCIJA ZA
RAČUNOVODSTVENE
POSLOVE

KNJIGOVODSTVO
RAČUNOVODSTVO
REVIZIJA
PORESKO SAVETOVANJE



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



Војвођанска 13
22241 Шид, Вашица
022/731671
063/7878823



OSN

2005

VASILIC DOO

UGRADNJA KIP UREDAJA
PRODAJA POLUPRIKOLICA
PRODAJA HIDRAULIČNIH
DELOVA

7 Sekretara Skoja 39
Kragujevac

+381 61 218 22 25
+381 64 923 17 75

vasilicdoo@gmail.com
www.vasilic.rs

**PUT INŽENJERING****MOBECO**

Sve na jednom mestu



PROIZVODNJA BETONA
Mobilna fabrika betona



PREFABRIKACIJA
AB montažne konstrukcije, šuplje ploče



IZGRADNJA
Niskogradnja
Visokogradnja



TRANSPORT I MONTAŽA
Automikseri, kiperi, damperi, pumpe za
beton, prikolice, autodizalice



Ruzmarina 25, Niš



018/215355



office@putinzenjering.com



Prva centralna radna 3, Nova Pazova



022/2152225



mobeco@putinzenjering.com



www.putinzenjering.com



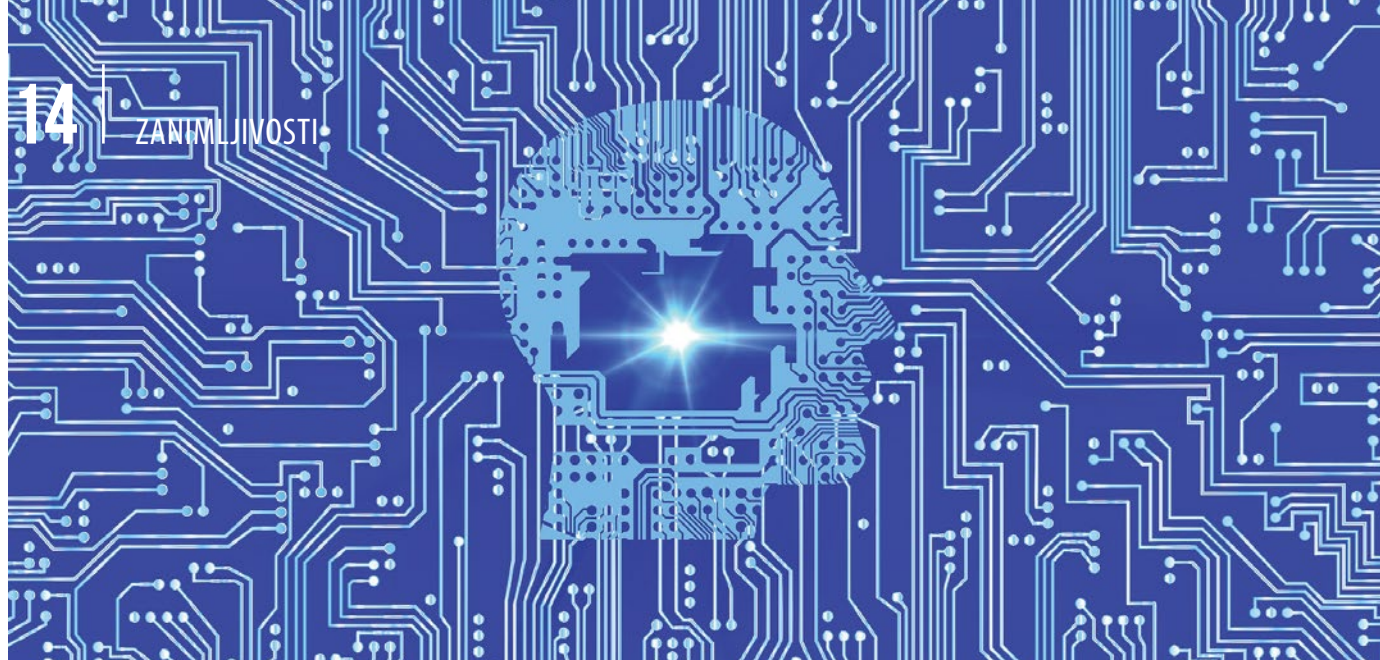


FOTO: PIXABAY

NEMAČKE KOMPA NIJE OČEKUJU POVEĆANJE PRODUKTIVNOSTI OD VEŠTAČKE INTELIGENCIJE

Većina kompanija u Nemačkoj očekuje da će postići veću produktivnost uz pomoć veštačke inteligencije, navodi minhenski institut Ifo. U narednih pet godina, u proseku, očekuju rast produktivnosti od osam do 16 odsto.

Provajderi usluga i trgovci na malo najviše očekuju od veštačke inteligencije. Prvi računaju da će uz pomoć ove tehnologije u narednih pet godina produktivnost porasti za 10,2 do 20,9 odsto, a drugi da će povećanje biti od 9,1 do 23 odsto, objavio je institut Ifo. Slede preduzeća u prerađivačkoj delatnosti (7,8 do 17,3 odsto). Najmanja očekivanja u pogledu uticaja veštačke inteligencije na produktivnost imaju kompanije u građevinskoj industriji, predviđajući rast između 8,2 i 14,8 odsto.

Istraživanje pokazuje da mnoge kompanije vide priliku u veštačkoj inteligenciji, rekao je Klaus Volrabe, šef istraživanja u institutu Ifo. Prema njegovim rečima, razlike u akcijama, takođe, ukazuju na neizvesnost kompanija u pogledu tačnog uticaja veštačke inteligencije.

LJUDI SA VIŠIM OBRAZOVANJEM OPTEREĆENIJI SADRŽAJEM NA DRUŠTVENIM MREŽAMA

Slovinci su bolje upoznati sa načinom na koji sakupljači podataka od korisnika društvenih mreža obrađuju te iste podatke od ostatka sveta, pokazalo je istraživanje Instituta Medijana. Među Slovencima vlada veliko opterećenje zbog društvenih mreža, a o veštačkoj inteligenciji uče približno istom brzinom kao u proseku u ostatku sveta, prenosi Seebiz. Istraživanje je sprovedeno u saradnji sa VIN-om, vodećim svetskim udruženjem za istraživanje tržišta i javnog mnjenja.

Otprilike polovina svih ispitanika (45 procenata) izrazilo je visok nivo zabrinutosti zbog deljenja podataka na mreži. U Sloveniji je udeo onih koji su zabrinuti zbog deljenja digitalnih podataka nešto ispod svetskog proseka, a prema Medijani, zabrinuto je dvoje od pet ispitanika.

Ljudi sa višim nivoom obrazovanja više su zabrinuti za deljenje podataka na mreži. Po udelu zainteresovanih, Evropa se približava svetskom proseku (44 odsto). Zabrinutost je prisutnija u Sjedinjenim Američkim Državama, gde je zabrinuto 54 odsto ljudi, dok je u Africi udeo zabrinutih znatno manji i iznosi 16 odsto.

Prema udelu onih koji smatraju da društvene mreže imaju snažan uticaj na njihov svakodnevni život, Slovenija je u samom svetskom vrhu – sa ovom konstatacijom slaže se 71 odsto ispitanika. Ispred njih su samo Srbija, Grčka i Hrvatska, pokazalo je istraživanje.

Na globalnom nivou, 50 odsto ispitanika se slaže sa ovom tvrdnjom, dok se u Evropi slaže 57 odsto ispitanika.

FORMULA 1 I GIGANT U INDUSTRIJI LUKSUZA LVMH SKLOPILI PARTNERSTVO

Formula 1 u vlasništvu Liberty Media i luksuzni div LVMH ulaze u desetogodišnje partnerstvo, navodi se u zajedničkom saopštenju za medije. Partnerstvo će službeno započeti na početku sledeće F1 sezone i uključivaće „gostoljubivost, aktivacije po narudžbi, ograničena izdanja i izvanredan sadržaj“.

Ovo neće biti prvi put da LVMH i F1 sarađuju – F1 je sarađivao s jednim od brendova LVMH-a tokom prošlogodišnje Velike nagrade Las Vegasa, sa dobrim rezultatima, prema rečima predsednika i izvršnog direktora Liberty Media Grega Mafeja.

LVMH poseduje brendove kao što su Louis Vuitton, Moët Hennessy i TAG Heuer, koji će biti uključeni u partnerstvo.

- I u našim radionicama i na stazama širom sveta, ova neprestana potraga za probijanjem granica nadahnjuje našu viziju, a to je značenje koje želimo uneti u ovo veliko i jedinstveno partnerstvo između Formule 1 i naše grupe – rekao je predsednik grupe LVMH i izvršni direktor Bernar Arno u saopštenju.

Više informacija o partnerstvu trebalo bi da bude objavljeno do početka 2025. godine, dok u saopštenju nisu navedeni finansijski detalji.

Liberty Media kupila je F1 2017. godine i podstakla je rast takmičenja poslednjih godina. Netflix je objavio seriju iza kulisa „Formula 1: Vozi za preživljavanje“ 2019. koja je pomogla da se F1 iz nišnog sporta pomeri među masovniju publiku jer su gledaoci postali obožavaoci nakon što su videli osobenosti pojedinih vozača. Sport je, takođe, dobio vetar u leđa od društvenih medija i kreatora sadržaja, dajući ljudima više načina da postanu obožavaoci.



FOTO: PIXABAY



Mihaila Šuškalovića 19, Beograd
011/23 91 389, 011/23 91 390

Beograd
060/82 76 015
prodaja.beograd@vracar-boje.com

Nova Pazova
060/82 76 007
prodaja.pazova@vracar-boje.com

Kruševac
060 82 76 008
www.vracar-boje.rs



BOJE I LAKOVI
MATERIJALI ZA ZAVRŠNE RADOVE U GRAĐEVNARSTVU



OMV



SA OMV BUSINESS CARD KROZ CELU EVROPU

OMV Business Card je bezgotovinski način plaćanja za pravna lica – sa puno prednosti za Vašu firmu.

Za menadžere voznih parkova, vozače, za celu kompaniju: vrhunski kvalitet goriva i ostalih proizvoda na oko 2.100 OMV stanica u Evropi, sa najboljom pokrivenošću na više od 20.000 benzinskih stanica u Routex mreži.

Vrhunska bezbednost i olakšana kontrola procesa, usluga kreirana prema Vašoj meri da uštedite vreme i novac.

OMV Business Card: + 381 (0) 11 207-1564 / kartica@omv.com