



Biznis.rs

PRIMERAK ZA PRETPLATNIKE

BROJ 43 - APRIL 2025.

Frančesko Maši, predsednik IO
DDOR osiguranja

**SRPSKO TRŽIŠTE
OSIGURANJA
I DALJE RELATIVNO
MALO I NERAZVIJENO**

Miloš Jevtić, generalni direktor
kompanije BYD za Srbiju
i Crnu Goru

**NA RAZVOJU BYD
TEHNOLOGIJE RADI
2.000 DOKTORA
NAUKA**



TRŽIŠNA UTAKMICA POD LUPOM

**BITKA ZA CENE
I POVERENJE**



ISSN 2787-3358



9 772787 335804 >



KANCELARIJSKE STOLICE
UGAONE GARNITURE
NAMEŠTAJ ZA HOTELE I APARTMANE



29. novembra 51, 24430 Ada
+381 (0)24 813 766
+381 (0)63 660 753
office@antares-stolice.com
www.antares-stolice.com

BIS d.o.o.

10 avijatičara 1/03,
Beograd
+381-11-304-6638
office@bis-bg.com
www.bis-bg.com

BIS-ERP

kompletan poslovni softver

BIS-KASA

evidentiranje prometa roba i usluga
uz upotrebu fiskalnog uređaja



SEZONA NEIZVESNOSTI



**Marko
Andrejić**

glavni i odgovorni
urednik

Aktuelna društveno-politička kriza u Srbiji, uključujući i neizvesnost u vezi sa načinom i trenutkom izlaska iz nje, poslednjih meseci jeste u određenoj meri izvor poslovne neizvesnosti koju domaća privreda prepoznaje i oseća. Oprez u daljem investiranju došao je kao prirodna reakcija. Takođe, trenutna situacija počela je značajno da utiče i na organizaciju međunarodnih događaja, sajmova i konferencija u Beogradu i širom zemlje. Poslovni ljudi i organizatori ovakvih skupova tvrde da su sve brojnija odlaganja ili otkazivanja prethodno zakazanih internacionalnih sastanaka, a hotelijeri i ugostitelji kažu da se pad kongresnog turizma ogleda u 20 do 30 odsto manje događaja i stranih gostiju.

Uprkos navedenim teškoćama, u Beogradu je krajem marta održan 56. Međunarodni sajam automobila na kome je najveća atrakcija bila premijera kineskog proizvođača električnih vozila BYD, jednog od globalno najprodavanijih. Predstavljeno je 46 automobilskih i 12 brendova lakih privrednih vozila, a po prvi put se pred domaćom javnošću pojavilo čak 27 modela. Kako je istakla predsednica Srpske asocijacije uvoznika i delova, beogradski sajam je jedna od samo 11 izložbi putničkih automobila koje se ove godine održavaju u svetu.

Žene su u Srbiji vlasnice oko trećine preduzeća, a iako ovaj procenat ostaje stabilan već godinama, on prati svetski prosek, pa je čak i Svetska banka u svom izveštaju našu zemlju pozicionirala među najrazvijenije u pogledu poslovne egalitarnosti. Jedan od najvažnijih trenutaka u afirmaciji žena u biznisu jeste sveprisutna podrška različitih organizacija, kao i javni događaji koji slave njihove uspehe. Zato je Biznis.rs treću godinu zaredom, u želji da podstakne žensko preduzetništvo, dodelio priznanja „Žene u biznisu“ damama koje su postigle izuzetne poslovne rezultate, imaju odlične liderske veštine, a spremne su i da budućim generacijama preduzetnica pokažu put do uspeha.

Narodna banka Srbije u aprilu je odlučila da sedmi mesec zaredom ne promeni referentnu kamatnu stopu. Iz kabineta guvernera NBS poručuju da je i dalje potrebna oprezna monetarna politika zbog globalnih neizvesnosti i domaće inflacije koja je i dalje pod uticajem rasta cena hrane i sirovina. Iako je u prvim mesecima 2025. godine došlo do blagog usporavanja privredne aktivnosti, centralna banka očekuje ubrzanje rasta u drugoj polovini godine zahvaljujući planiranim investicijama u energetiku, automobilsku industriju i infrastrukturu, kao i stabilizaciji inflacije prema ciljanih tri odsto.

Frančesko Maši, predsednik Izvršnog odbora DDOR osiguranja i potpredsednik Confindustria Serbia, kaže u intervjuu za naš aprilski broj da je srpsko tržište osiguranja, uprkos nesumnjivom napretku ostvarenom u proteklih nekoliko godina, i dalje relativno malo i nerazvijeno u poređenju sa zrelim tržištima u okviru EU, ali i sa privredama u razvoju na području Balkana i u Jugoistočnoj Evropi. Miloš Jevtić, generalni direktor kompanije BYD za Srbiju i Crnu Goru, ističe da je ovaj kineski proizvođač tehnološki bez premca i da ga to izdvaja od svih ostalih, ali značajnu ulogu igra i marketinški deo u koji dosta ulaže. BYD ima milion zaposlenih, od čega 120.000 inženjera, a među njima 2.000 doktora nauka.

Sadržaj



3 UVODNIK

6 VESTI

12 PORESKI KALENDAR

14 TEMA BROJA

Bitka za cene i poverenje

22 INTERVJU

Frančesko Maši, predsednik IO DDOR osiguranja i potpredsednik Confindustria Serbia

Srpsko tržište osiguranja i dalje relativno malo i nerazvijeno

26 INTERVJU

Miloš Jevtić, generalni direktor kompanije BYD za Srbiju i Crnu Goru

Na razvoju BYD tehnologije radi 2.000 doktora nauka

30 INTERVJU

Srdan Srdanović, direktor sektora Smart Infrastructure, Siemens Srbija

Digitalne tehnologije ključne za dekarbonizaciju

41 POSLOVNE ŽENE

Priznanje „Žene u biznisu“ preduzetnicama koje menjaju svet

41 BERZA

Silazno tržište akcija na pomolu – koliko dugo će trajati?

43 KRIPTOVALUTE

Dobra strategija

45 VEŠTAČKA INTELIGENCIJA

AI kao šansa za poslovnu transformaciju, ali ovog puta stvarno

46 INTERNET

Pogled u budućnost interneta u godinama pred nama

50 NAUKA

Urbane šume kao rešenje za gradove budućnosti

52 SVET

Trampova politika potopila akcije i podstakla rast cene zlata



26 INTERVJU



30 INTERVJU

56 SVET

Trka za pet procenata rasta

60 SVET

Potruga za koncesionarom duža od pola decenije

62 HRANA

Zdravlje je i slatko i u modi

66 PREDUZETNIŠTVO

Raste tržište znanja za mališane



FOTOGRAFIJA NA NASLOVNOJ STRANICI:
FREEPIK

70 PREDUZETNIČKE PRIČE

99 najuspešnijih

74 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
Žikica Milošević

Saradnici

Nikola Stavrov
Ivana Tomić
Kristina Jerkov
Jana Vojnović
Nada Matić
Tanja Kovačević
Vesna Živanović Vukmirica
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**

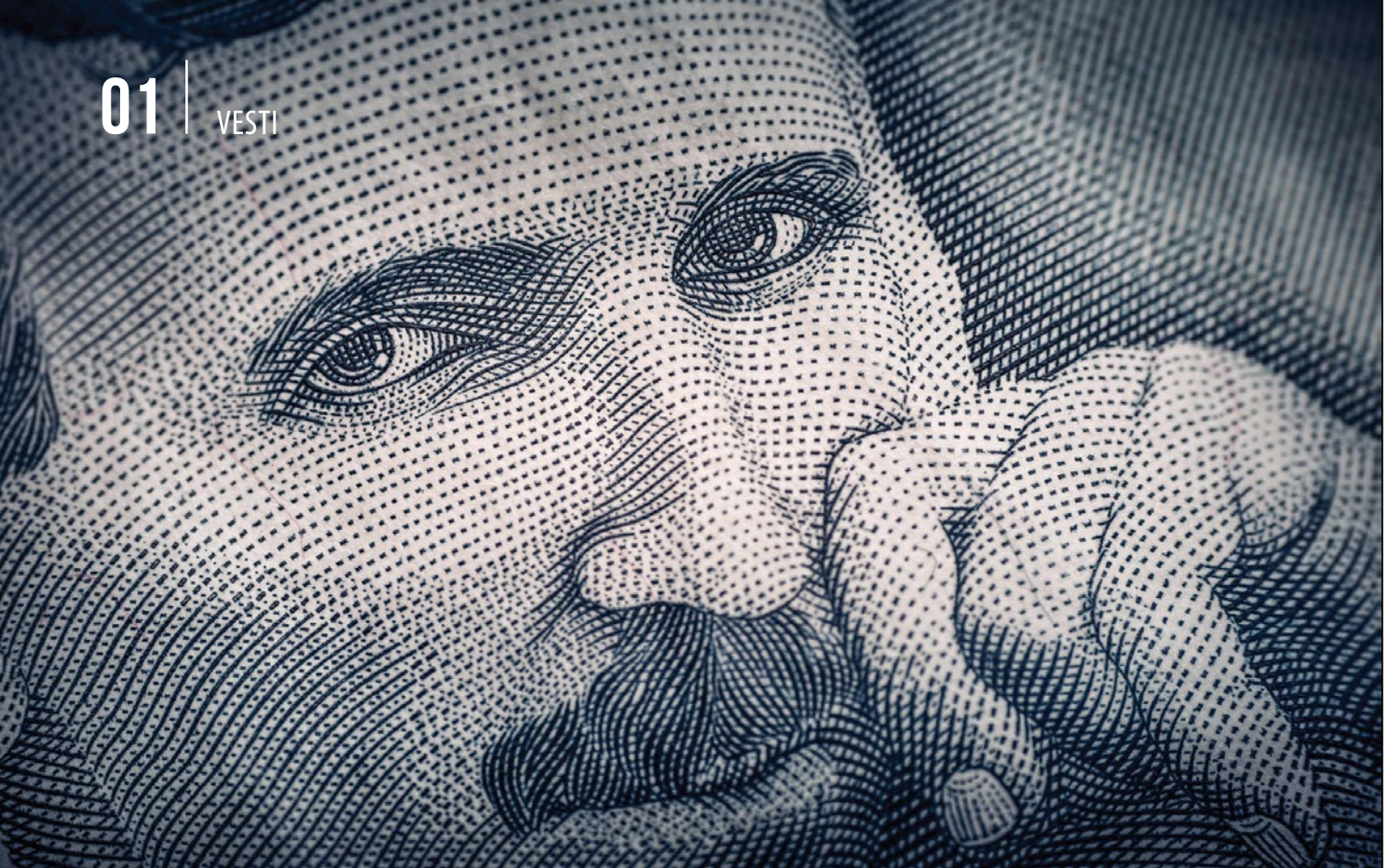


FOTO: PIXABAY

BDP SRBIJE ZA PRVA DVA MESECA UVEĆAN TRI ODSO MEĐUGODIŠNJE

Realni bruto domaći proizvod (BDP) u Srbiji u periodu januar-februar 2025. godine međugodišnje je uvećan za oko tri odsto, navedeno je u najnovijem broju mesečnog časopisa Makroekonomske analize i trendovi (MAT).

Februar je, kako je navedeno, međugodišnje posmatrano, doneo nešto lošije rezultate u pojedinim segmentima ekonomije, zbog jednog dana manje u odnosu na isti mesec prošle godine, kao i eksternog recesionog pritiska.

- Na lošije rezultate su uticali i blokade i protesti studenata, ali i bojkot kupovine u maloprodajnim lancima, na poziv udruženja potrošača - navedeno je u MAT-u.

Dodaje se da kada se izoluje efekat kalendara, u sezonskoj seriji, ukupna industrijska proizvodnja u februaru nije opala, već je međugodišnje uvećana za 0,8 odsto, dok je rast realnog prometa u trgovini na malo iznosio 1,3 odsto.

- U decembru je prvi put u istoriji Srbije vrednost prosečne neto zarade premašila vrednost prosečne potrošačke korpe. Prosečna neto zarada je vredela 108.312 dinara, a prosečna potrošačka korpa 105.765 dinara - istaknuto je u tekstu.

Inflacija je u februaru 2025. Srbiji smanjena i na mesečnom i na međugo-

dišnjem nivou.

Nakon, kako je navedeno, jednome-sečnog iskakanja izvan targetiranog raspona (u januaru 2025. godine), u februaru je međugodišnja inflacija vraćena u granice cilja Narodne banke Srbije (NBS), tri plus-minus 1,5 odsto.

Srbija je u februaru 2025. imala veću međugodišnju inflaciju od proseka Evropske unije (EU), a manju od samo četiri članice Unije.

Međugodišnja inflacija je iznosila 4,7 odsto u Srbiji, a 2,7 odsto u EU, odnosno 2,3 odsto u evrozoni.

Od 27 zemalja članica EU, veću međugodišnju inflaciju od Srbije u februaru 2025. su imale Mađarska (5,7 odsto), Rumunija (5,2 odsto), Estonija (5,1 odsto) i Hrvatska (4,8 odsto).

PKS POKRENULA INFO-SERVIS ZA POMOĆ PRIVREDI

Privredna komora Srbije (PKS) saopštila je da je, nakon što su Sjedinjene Američke Države povećale uvozne carine, pokrenula novi specijalizovani info-servis za privredu „Nove carine SAD“, putem kojeg domaći privrednici mogu da dobiju potpune, pravovremene i istinite informacije, preuzmu dokumenta i analize o novim carinskim stopama i drugim aktuelnostima od značaja za poslovanje.

Privredna komora Srbije je pozvala privrednike da se preko info-servisa obrate komori i dobiju informacije, a kasnije i smernice i preporuke za prevazilaženje izazova kako bi se što bolje prilagodili novonastaloj situaciji i zaštili svoje poslovanje.

U novom servisu PKS će objavljivati najznačajnije vesti, aktuelnosti, informacije o privrednim kretanjima i analize uticaja na poslovanje, kao i dokumenta relevantna našim izvozniciima, navedeno je u saopštenju.

Kako se ističe, PKS stavlja na raspolaganje sve svoje kapacitete privrednicima i državnim institucijama kao podršku što hitnijim pregovorima sa američkom administracijom i angažovano radi na koordinaciji svih relevantnih institucija, kako bi pomogla privrednicima da prevaziđu izazove i smanje negativni uticaj uvećanih carinskih stopa na poslovne rezultate i bilateralne ekonomske relacije sa trgovinskim partnerom.

U saopštenju se podseća da PKS i država aktivno rade na predstavljanju pozicije domaćih izvoznika u pregovorima sa Vašingtonom.

Putem posebne, namenske e-mail adrese: usa.carina@pks.rs kompanije mogu da se obrate i pošalju svoje upite povodom izmenjenih uslova poslovanja usled uvođenja novih carina Sjedinjenih Američkih Država.

ELIXIR GROUP PLASIRAO KORPORATIVNE OBVEZNICE ZA 4,1 MILIJARDU DINARA

Šabačka kompanija Elixir Group uspešno je plasirala prvu emisiju korporativnih obveznica putem Beogradske berze, što prema navodima ovog tržišta predstavlja prvo primarno trgovanje finansijskim instrumentom ove vrste na organizovanom tržištu nakon 13 godina.

Na aukciji 8. aprila realizovana je celokupna emisija vrednosti 4,1 milijardu dinara (oko 35 miliona evra) odnosno prodato je 341.700 komada obveznica nominalne vrednosti 12.000 dinara.

Ove petogodišnje obveznice nose godišnji kupon (kamatu) od šest odsto i nemaju valutnu klauzulu, piše Momen-tum.rs.

Obveznice ove kompanije naći će se na sekundarnom tržištu Beogradske berze, a najveću smetnju za likvidnost ove hartije predstavlja činjenica da je na strani kupovine bilo svega desetak ulagača.

Prikupljena sredstva Elixir planira da investira u strateški projekat izgradnje fabrike za proizvodnju tehničkog monoamonijum-fosfata u okviru zavisnog preduzeća Elixir Prahovo. Predviđeni kapacitet proizvodnje je 50.000 tona godišnje, a planirani početak proizvodnje je prvi kvartal 2026. godine.

Elixir Group predstavlja jedan od najvećih domaćih poslovnih sistema, a 2023. godine je imao konsolidovani prihod od 57,7 milijardi dinara i neto dobit od 3,5 milijardi dinara. Neto dug kompanije na kraju 2023. godine iznosio je 23,4 milijarde dinara (oko 200 miliona evra).

OTVORENA JAPANSKA FABRIKA JFE SHOJI SERBIA

Ministar finansija u tehničkom mandatu Siniša Mali prisustvovao je ceremoniji otvaranja japanske fabrike JFE Shoji Serbia u Indiji, koja je njihova prva fabrika u Evropi, vredna oko 50 miliona evra.

Otvaranje fabrike, u kojoj će u punom kapacitetu raditi oko 200 zaposlenih, usledilo je godinu dana nakon što je sa zvaničnicima te kompanije, u martu 2024. godine, predsednik Srbije Aleksandar Vučić položio kamen temeljac.

- Ovo je još jedna velika investicija u

Srbiji, u Indiji, i to iz Japana. Doneli su najmodernije mašine, njihovi proizvodi će biti ugrađivani i u aparate za domaćinstvo i u automobilske industrije – rekao je Mali na otvaranju fabrike, i dodao da će broj zaposlenih dostići i 200 kada se više od 18.000 kvadratnih metara hala u potpunosti popuni mašinama.

- Čvrsto verujemo da će ova fabrika značajno doprineti razvoju automobilske, elektro i elektronske industrije, kako u Srbiji, tako i širom Evrope. Istovremeno, nadamo se da će naša investicija doprineti jačanju ekonomskih i prijateljskih odnosa Srbije i Japana – rekao je Tošinori Kobajaši.

Početak rada fabrike danas su prisustvovali su i ambasador Japana u Srbiji Akira Imamura, stariji savetnik kompanije JFE Shoji Corporation i direktor JFE Holdings Tošinori Kobajaši, savetnik kompanije JFE Shoji Corporation Jošicugu Kobajaši i generalni direktor JFE Shoji Serbia, Masaomi Hamauzu.

MASOVNO UGINUĆE PČELA, VEROVATNO ZBOG LOŠE ISHRENE

U Srbiji je u toku masovno uginuće pčela, do sada je stradalo više od 50 odsto društava, a uzrok je, verovatno, prošlogodišnja suša i nedostatak polena zbog čega su loše hranjene tokom perioda odgajanja „zimskih“ pčela, rekao je predsednik Saveza pčelarskih organizacija Srbije Rodoljub Živadinović.

On je za Betu rekao da se prikupljaju podaci o uginućima u celoj Srbiji, ali da se za sada zna da je u nekim opštinama

uginulo i 90 odsto pčelinjih društava, a jedno čini od 20.000 do 50.000 pčela i nekoliko hiljada trutova.

- Jednom pčelaru je, na primer od 365 košnica ostalo samo nekoliko sa živim pčelama, dok je u Apatinu uginuće manje, oko 15 odsto – rekao je Živadinović. Dodao je da se pretpostavlja da je osnovni uzrok uginuća nedostatak polena jer su manja u dolinama reka gde je bilo vlage i cvetovi su, ipak, dali izvesne količine polena.

U uslovima izuzetno visokih temperatura i manjka vlage pčele su, prema njegovim rečima bile slabo ishranjene, zbog čega im opada imunitet i tada lakše podležu virusnim bolestima. Postoji, kako je istakao preko 20 vrsta virusa, a u svakoj košnici ih ima bar dve-tri vrste.

Još jedan argument da je, kako je ocenio, uzrok smrti slaba ishranjenost je to što su neki pčelari potpuno suzbili varro, kao parazita, koji je takođe, veoma smrtonosan, a uz to i prenosi viruse, ali su i u tim košnicama pčele takođe, stradale.

Naveo je da ima i obrnutih slučajeva što potvrđuje da je loša ishrana opšti faktor, a da virusi ili varoa samo budu Damoklov mač koji „odnese“ pčelinje društvo.

Slična situacija je, kako je naveo i u Mađarskoj, a u Sjedinjenim Američkim Državama je do sada stradalo 62 odsto društava.

- U Americi problem uginuća pčela traje još od 2006. godine, i od tada svake godine uginu najmanje 30 odsto društava, pa je uloženo više desetina miliona

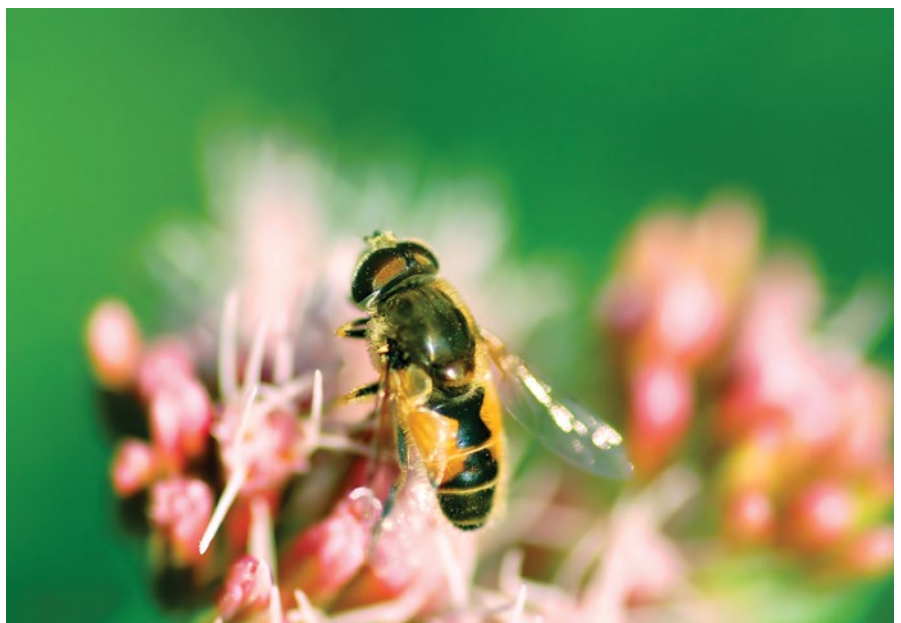


FOTO: FREPIK

dolara u ispitivanja, ali uzrok nije otkriven – naveo je.

Živadinović je objasnio da letnje pčele žive svega nekoliko nedelja, a u avgustu i septembru kada se odgajaju „zimске“ pčele koje žive nekoliko meseci trebalo ih je seliti na područja gde ima više polena ili ih dohraniti zamenama polena, čime bi stekle i veći imunitet prema bolestima.

Zbog uginuća pčela štetu će, kako je rekao, imati i poljoprivreda jer će se smanjiti oprašivanje pod uslovom da pčelari u Srbiji ne obnove društva, a prema dosadašnjim najavama to neće ni učiniti jer se proizvodnja meda ne isplati zbog uvoza falsifikovanog meda čija je cena od dva do pet puta niža od proizvođačke cene meda u Srbiji.

Procena je, prema njegovim rečima, da proizvodnja jedne trećine hrane na planeti zavisi od oprašivanja pčela.

PAD POVERENJA MALIH PREDUZEĆA U SAD

Poverenje malih američkih preduzeća palo je treći mesec zaredom u martu, brišući većinu dobitaka ostvarenih nakon pobede američkog predsednika Donalda Trampa na izborima u novembru. Pad je usledio uprkos početnom optimizmu zbog očekivanih poreskih olakšica i deregulacije, a kao glavni razlog navodi se rastuća zabrinutost zbog američke trgovinske politike.

Nacionalna federacija nezavisnih preduzeća (NFIB) objavila je da je indeks optimizma malih preduzeća pao za 3,3 poena na 97,4, što je ispod proseka za poslednjih 51 godinu i predstavlja najveći pad od juna 2022. godine. Sličan pad zabeležen je i u drugim anketama koje mere poverenje potrošača i preduzeća, prenosi Reuters.

- Uvođenje novih političkih prioriteta povećalo je neizvesnost među malim preduzetnicima tokom poslednjih nekoliko meseci. Vlasnici su smanjili očekivanja rasta prodaje kako bi sagledali kako će promene uticati na njihovo poslovanje – izjavio je glavni ekonomista NFIB, Bil Dankelberg.

Iako je indeks neizvesnosti NFIB pao za osam poena, na 96, i dalje je iznad istorijskog proseka. Broj vlasnika koji očekuju poboljšanje uslova poslovanja pao je za 16 poena, na samo 21 odsto,

što je najniže od oktobra i najveći pad od decembra 2020. Neto procenat preduzeća koja očekuju rast prodaje u naredna tri meseca pao je na tri odsto, najniže od perioda pre predsedničkih izbora.

Važno je napomenuti da je anketa sprovedena pre nego što je Tramp 2. aprila najavio nove visoke carine, koje su bile znatno strože nego što se očekivalo. Ove mere su izazvale padove na globalnim berzama, uz bojazan da bi promene u svetskom trgovinskom sistemu mogle da izazovu recesiju, uključujući i SAD.

Predsednik Federalnih rezervi Džerom Pael je upozorio da carine mogu izazvati istovremeno i inflaciju i usporavanje rasta. Uticaj novih carina još nije u potpunosti osetan, navodi se u izveštaju NFIB.

Udeo preduzeća koja su povećala cene opao je za šest poena, na 26 odsto. Udeo onih koji planiraju da povećaju cene u naredna tri meseca porastao je na 30 odsto, što je najviše u proteklih godinu dana. Oko 12 odsto preduzeća planira zapošljavanje u naredna tri meseca, što je najniži procenat u poslednjih 11 meseci.

KOMPANIJI TSMC PRETI KAZNA VEĆA OD MILIJARDA DOLARA

Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (TSMC), najveći proizvođač čipova po narudžbini na svetu, mogao bi se suočiti s kaznom većom od milijardu dolara zbog navodnog kršenja

američkih izvoznih kontrola, nakon što je čip koji je proizveo završio u AI procesoru kompanije Huawei, otkrili su upućeni izvori.

Američko Ministarstvo trgovine istražuje rad TSMC-a za kinesku kompaniju Sophgo, čiji čip, izrađen u TSMC-u, prema izveštajima odgovara dizajnu procesora Ascend 910B koji koristi Huawei za veštačku inteligenciju, prenosi Reuters.

Huawei se nalazi na američkoj crnoj listi kompanija kojima je zabranjeno primanje robe izrađene američkom tehnologijom, zbog optužbi za kršenje sankcija i krađu poslovnih tajni.

TSMC je navodno proizveo skoro tri miliona čipova po dizajnu koji je naručio Sophgo, a mnogi od tih čipova su verovatno završili u kompaniji Huawei, tvrde istraživači iz Centra za tehnologiju, bezbednost i politiku.

Potencijalna kazna, prema izvorima, proističe iz propisa o izvoznim kontrolama koji omogućavaju izricanje kazni u visini do duplo veće od vrednosti transakcija koje krše pravila.

Budući da TSMC koristi američku tehnologiju u svojoj proizvodnji, čak i njegove fabrike u Tajvanu podležu američkim pravilima, što znači da ne smeju praviti čipove za Huawei, niti određene napredne čipove za druge kineske klijente bez posebne dozvole.

S obzirom na to da je reč o AI čipovima, TSMC nije smeo da ih pravi za kineske firme, jer postoji ozbiljan rizik da će završiti kod zabranjenih korisnika poput kompanije Huawei. Nakon objavljivanja

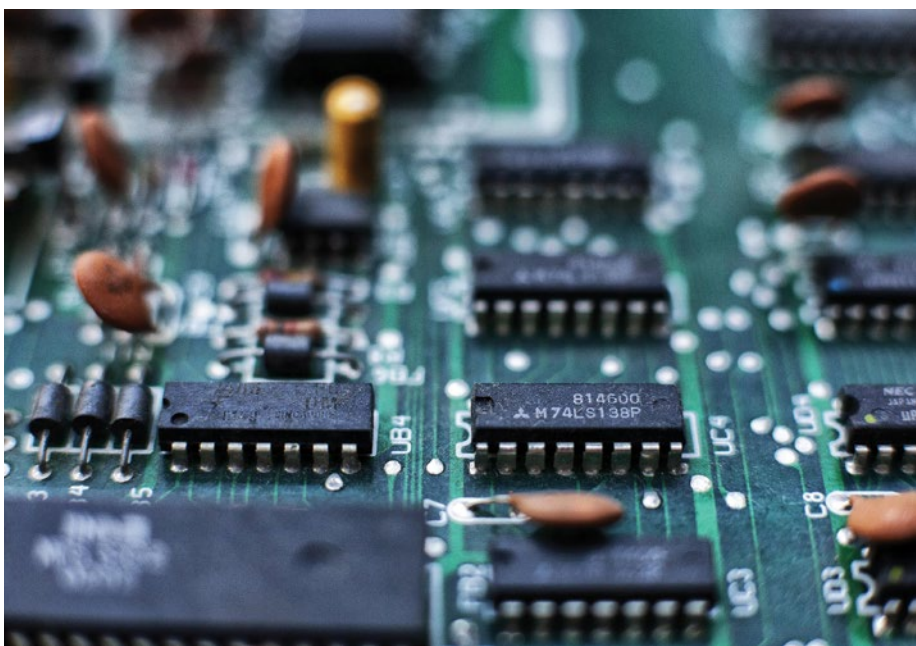


FOTO: PIXABAY



MEĐUNARODNE
AUTOBUSKE LINIJE
IZNAJMLJIVANJE
AUTOBUSA
RENT A CAR

Balkanska 47
11000 Beograd
011/7620-255
office@fudeks.rs
www.fudeks.rs



HYDROON SITE

Donjovrežinska 12 18103 Niš, Pantelej
060/6151738
hydro_on_site@yahoo.com

PROJEKTOVANJE I IZVOĐENJE

VODOVODNIH SISTEMA KANALIZACIONIH SISTEMA
OBJEKATA ZA PRERADU OTPADNIH VODA
OBJEKATA ZA PRERADU PIJAĆE VODE
MINI HIDROELEKTRANA

ove vesti, akcije TSMC-a na američkom tržištu izgubile su oko tri odsto vrednosti.

Slučaj dolazi u osetljivom trenutku za odnose SAD i Tajvana, jer je Vašington prošle nedelje uveo carinu od 32 odsto na uvoz iz Tajvana (ne uključujući čipove), ali je najavio da razmatra carine i na poluprovodnike. U martu je TSMC najavio u Beloj kući da planira investiciju od 100 milijardi dolara u SAD, uključujući izgradnju pet dodatnih fabrika čipova.

BRODARSKE KOMPA NIJE U SUKOB U OKO TPG GORIVA

Japanska broderska kompanija Mitsui OSK Lines, drugi najveći vlasnik brodova na svetu, suprotstavila se inicijativi rivala AP Moller-Maersk da se u međunarodnim propisima veća finansijska cena stavi na korišćenje tečnog prirodnog gasa (TPG) u poređenju sa gorivima sa nultom emisijom ugljenika. Ova rasprava ističe duboku podelu u industriji oko načina na koji bi brodarstvo trebalo da dekarbonizuje globalnu trgovinu.

Spor se razvija u trenutku dok traju ključni pregovori u okviru Međunarodne pomorske organizacije (IMO) Ujedinjenih nacija, gde se očekuje postizanje dogovora o ekonomskim merama za smanjenje emisije iz brodarstva. MOL je kritikovao predloge koji prave razliku između TPG-a i drugih niskougljeničnih goriva, prenosi Financial Times.

Ranije je Maersk upozorio da predlozi za sistem trgovine emisijama u brodarstvu ne kažnjavaju dovoljno upotrebu TPG-a, koji iako emituje oko 20 odsto manje ugljenika od konvencionalnih brodskih goriva, i dalje ostaje fosilno gorivo sa značajnim zagađenjem, za razliku od „zelenih goriva“.

- Dok se goriva sa nultom ili gotovo nultom emisijom ne budu mogla koristiti u širokom obimu, TPG je očigledno praktično rešenje za dekarbonizaciju brodarstva, zbog dostupnosti, ekonomičnosti i bezbednosti – saopštila je japanska kompanija.

Sukob kompanija Maersk i Mitsui OSK Lines simbolizuje širu podelu u sektoru brodskog transporta, između zemalja i prevoznika koje traže brze i stroge mere, i onih koje se zalažu za postepeni pristup. Ove sedmice IMO bi mogao da donese prvu globalnu odluku o ceni emisije ugljenika za neku industriju. Takva



FOTO: PEXAGAY

odluka bi imala veliki uticaj na buduću regulaciju klimatskih promena.

Zemlje koje su najugroženije klimatskim promenama, poput pacifičkih ostrva, zalažu se za namet do 100 dolara po toni emisije, što bi podstaklo prelazak na goriva sa niskim emisijama. S druge strane, veliki izvoznici i broderske sile kao što je Kina podržavaju sistem trgovine emisijama, gde brodovi sa nižim emisijama prodaju kredite onima sa višim.

IMO je 2023. godine postavio cilj da brodarstvo postigne neto nultu emisiju do 2050. godine. Kompanije poput Maerska već su uložile u brodove koji koriste zelene metanole i druga niskougljenična goriva, ali su zabrinute zbog njihove visoke cene i slabe dostupnosti. Veći deo industrije nije napravio takve investicije, pa Maersk upozorava da će, ako TPG ne bude skupo oporezovan, izostati motivacija za prelazak na čista goriva.

REVOLUT MORA DA PLATI KAZNU 3,5 MILIONA EVRA

Litvanski regulatori kaznili su Revolut kaznom od 3,5 miliona evra zbog propusta u procesima koji kontrolišu pranje novca, što je najveća kazna izrečena britanskoj finansijsko-tehnološkoj kompaniji.

Banka Litvanije – koja reguliše Revolutove operacije u Evropi, zajedno s

Evropskom centralnom bankom – saopštila je da je donela odluku o kazni nakon što je identifikovala „kršenja i nedostanke u praćenju poslovnih odnosa i transakcija“.

To je „dovelo do toga da banka nije uvek ispravno identifikovala sumnjive monetarne operacije ili transakcije koje su izvršili klijenti“, istakao je regulator, preneo je SEEBiz.

Banka Litvanije je 2022. kaznila Revolut sa 70.000 evra jer nije podneo svoje finansijske izveštaje na vreme.

Brzorastući fintech, koji je poslednji put procijenjen na 45 milijardi dolara, privukao je pažnju zbog robusnosti svojih kontrola. Revolut je 2021. od vlasti u Litvaniji dobio punu evropsku bankarsku licencu, što mu je omogućilo da radi kao banka u celoj evrozoni.

Ali njegov zahtev za bankarsku licencu kod regulatora Ujedinjenog Kraljevstva bio je u zastoju više od tri godine pošto je naišao na niz problema, uključujući upozorenje revizora BDO 2023. da dizajn njegovog IT sistema znači da postoji rizik da je većina njegovih prihoda u 2021. bila „materijalno pogrešno iskazana“.

Nova kazna predstavlja manje od 0,5 odsto prihoda kompanije u 2023. godini, daleko ispod maksimalne potencijalne kazne od 10 odsto za kršenje litvanskih zakona protiv pranja novca.



BOOKLAB
AGENCIJA ZA KNJIGOVODSTVO

Kralja Milutina 57/1/6 11000 Beograd
066 844 3000
office@booklab.rs
www.booklab.rs



**JP KOVINSKI
KOMUNALAC**

Cara Lazara 92
26220 Kovin

Tel/Fax: 013 / 742-584
Tehnička služba: 013 / 742-150
Fabrika vode: 013 / 741-132
Pogrebno: 013 / 741-450

www.jpkk.rs

**VODOVOD I KANALIZACIJA
DEPONOVANJE OTPADA
UREDJENJE I ODRŽAVANJE
JAVNIH I ZELENIH POVRŠINA
POGREBNO
GRADSKA PIJACA
AZIL ZA PSE
ZIMSKA SLUŽBA**



PORESKE OBAVEZE U APRILU

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

7. april

– Dostavljanje obaveštenja o zaključenim ugovorima o izvođenju estradnog programa zabavne i narodne muzike i drugih zabavnih programa u martu 2025. godine, na Obrascu OZU.

– Dostavljanje izveštaja o izvršenju obaveze zapošljavanja osoba sa invaliditetom na Obrascu IOSI, za mart i uplata sredstava.

10. april

– Podnošenje poreske prijave poreza na premije neživotnih osiguranja na Obrascu PP-PPNO i plaćanje

poreza na premije neživotnih osiguranja za mart.

– Podnošenje poreske prijave za porez na dodatu vrednost na Obrascu PPPDV i plaćanje PDV za mesec mart od strane poreskog dužnika iz člana 10. Zakona o PDV.

15. april

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

Podnošenje poreske prijave za utvrđivanje poreza i doprinosa za obavezno socijalno osiguranje samooporezivanjem na prihode od samostalne delatnosti, na Obrascu PPDG-1S i poreskog bilansa, na Obrascu PB 2, od strane preduzetnika, preduzetnika poljoprivrednika i preduzetnika drugo lice za utvrđivanje poreza za 2024. godinu

Plaćanje razlike poreza na prihod od samostalne delatnosti utvrđene po konačnom obračunu za 2024. godinu, po podnetoj poreskoj prijavi.

Plaćanje poreza na prihod od pružanja ugostiteljskih usluga za prvi kvartal 2025. godine

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



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 mart

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

Podnošenje poreske prijave za porez na dodatu vrednost, na Obrascu PPPDV i plaćanje PDV za prvo tromesečje 2025. godine

Podnošenje Obrasca PID PDV 1 za mart ako je u tom mesecu ispunjen jedan od kriterijuma za sticanje statusa obveznika PDV koji pretežno vrši promet dobara u inostranstvu

Podnošenje obrasca PID PDV 1 za prvo tromesečje ako je u prvom tromesečju ispunjen jedan od kriterijuma za sticanje statusa obveznika PDV koji pretežno vrši promet dobara u inostranstvu

Plaćanje akontacije poreza na dobit pravnih lica za mart

Plaćanje obračunate akcize za period od 16. do 31. marta

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

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

30. april

– Podnošenje poreske prijave na Obrascu PP OPO-K i plaćanje obaveze za prihode od ugovorene naknade od autorskih i srodnih prava i ugovorne naknade za izvršen rad na koje se porez plaća samooporezivanjem za prvi kvartal 2025. godine

– 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 mart

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

TRŽIŠNA UTAKMICA POD LUPOM

BITKA ZA CENE I POVERENJE

KOMISIJA ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE POKRENULA JE U OKTOBRU 2024. POSTUPAK PROTIV ČETIRI VODEĆA TRGOVINSKA LANCA ZBOG SUMNJE U KARTELIZACIJU, ŠTO JE IZAZVALO DODATNO NEZADOVOLJSTVO POTROŠAČA I POZIVE NA BOJKOT. IAKO SU TRGOVCI DOSAD ODOLEVALI PRITISKU, STATISTIKE POKAZUJU PAD PRIHODA I PROMETA, A VIDLJIVE SU I PROMENE U PONAŠANJU KUPACA KOJE VEĆ DUŽE VREME MUČI RAST CENA I PAD KUPOVNE MOĆI. ZATO SE SVE VIŠE GOVORI O POTREBI ZA TRANSPARENTNIJIM TRŽIŠTEM I JAČANJEM KONKURENCIJE, IZMEĐU OSTALOG I KROZ PODRŠKU MANJIM PRODAVCIMA

Tržište maloprodaje u Srbiji suočava se tokom poslednjih meseci sa ozbiljnim izazovima, nakon što je Komisija za zaštitu konkurencije (KZK) u oktobru 2024. godine pokrenula postupak protiv četiri vodeća trgovinska lanca, zbog sumnje da su dogovarali cene osnovnih prehrambenih proizvoda. Ove kompanije, koje zajedno drže više od polovine tržišnog udela, navodno su usklađivale cene pojedinih artikala, čime su potencijalno narušile konkurenciju i uticale na rast cena.

Inače, trgovinu na malo u Srbiji poslednjih godina karakteriše intenzivna konkurencija, ali i sve izraženija koncentracija, pri čemu najveći deo prometa ostvaruje upravo ograničen broj velikih lanaca. Dominacija većih igrača utiče na dinamiku cena i pregovaračku moć u lancu snabdevanja, dok manjim trgovcima ostavlja sve manje prostora za tržišnu utakmicu.

Uprkos povremenim intervencijama države kroz mere kontrole cena i ograničenja marži, cene osnovnih životnih namirnica beleže stabilan rast, što dodatno opterećuje potrošače. Promet robe u trgovini na malo u februaru 2025. godine, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, bio je za tri odsto veći u tekućim cenama u odnosu na isti mesec prethodne godine, dok je u stalnim cenama manji za 0,5 odsto.

Nalazi Komisije za zaštitu konkurencije dodatno su podstakli nezadovoljstvo među potrošačima, što je dovelo do poziva na bojkot trgovinskih lanaca. Potrošači su zabrinuti zbog mogućeg narušavanja tržišne konkurencije i negativnog uticaja na kućne budžete, posebno u svetlu opšteg rasta troškova života. Očekuje se da će ishod postupka KZK imati značajan uticaj na buduće ponašanje trgovaca i stanje na tržištu maloprodaje u Srbiji.

MARŽE TRGOVACA I IZNAD 40 Odsto

Marže najvećih maloprodajnih lanaca u Srbiji u 2023. godini varirale su između 16,3 odsto i 44,25 odsto. Na primer, kompanija Delhaize Srbija, ostvarila je najvišu, a Metro Cash&Carry najnižu maržu. U 2024. godini je prosečna bruto marža srpskih trgovaca iznosila oko 14,9 odsto.

Prema podacima iz hrvatskih medija, najveći trgovački lanac u ovoj zemlji - Konzum je u 2023. godini imao bruto maržu od 37,9 odsto, dok je Lidl u Hrvatskoj ostvario maržu od 34,9 odsto, dok su drogerije zaračunavale marže i veće od 60 odsto.

Prema podacima do kojih je došao istraživački tim Ekonomskog fakulteta Univerziteta Crne Gore, najmanje marže u regionu ima Bosna i Hercegovina. Trgovačke marže u ovoj zemlji su 2023. godine u proseku iznosile 15 odsto, dok su u Crnoj Gori bile oko 19 odsto.

FOTO: FREEPIK

Najveći trgovci zaključili restriktivni sporazum?

Komisija za zaštitu konkurencije pokrenula je sredinom oktobra 2024. godine po službenoj dužnosti postupak ispitivanja povrede konkurencije protiv društava Delhaize Serbia, Mercator-S, Univerexport i DIS. Kako je navedeno u zaključku



SADA JE NA TRGOVINSKIM LANCIMA DA PREPOZNAJU PULS TRŽIŠTA I NEKI OD NJIH VEĆ POKUŠAVAJU DA ODREĐENIM DODATNIM AKCIJAMA I PROMOCIJAMA PRIVUKU POTROŠAČE. S DRUGE STRANE, IMA I ONIH KOJI SU SE ODLUČILI ZA DRUGAČIJI PUT - DA ZAPRETE TUŽBAMA UDRUŽENJIMA POTROŠAČA KOJA POZIVAJU NA BOJKOT

objavljenom na portalu te institucije, Komisija je utvrdila da su četiri kompanije zaključile restriktivni sporazum i najavila da će preduzeti sve potrebne dokazne radnje u cilju pravilnog utvrđivanja činjeničnog stanja, ispitati postojanje povrede konkurencije, a po okončanju postupka doneti konačnu odluku o postojanju povrede konkurencije.



U obrazloženju zaključka Komisija je navela da je, prema javno dostupnim podacima, tržište maloprodaje u Srbiji ostvarilo vrednosni rast od 7,2 odsto u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine, u poređenju sa istim periodom prethodne godine, dok je količinski tržište zabeležilo blagi pad od 1,9 odsto.

U istom periodu godišnja stopa inflacije iznosila je pet odsto, ali je porast cena u maloprodaji bio skoro duplo veći od inflatornih pritisaka, što ukazuje na značajno povećanje cena koje je iznad očekivanog nivoa, navedeno je u analizi.

Na trgovinskim lancima da prepoznaju puls tržišta

Saša Đogović, ekonomista i urednik publikacije Makroekonomska kretanja u Srbiji, u razgovoru za Biznis.rs podseća da je u Srbiji najviša stopa inflacije u regionu Zapadnog Balkana – 4,3 odsto u 2024. godini, pa to svakako znači da „postoji opravdanje za aktivan otpor doziđivanju cena van tržišne opravdanosti“.

- Taj otpor posebno dobija na težini jer je Komisija za zaštitu konkurencije utvrdila postojanje kartelizacije na tržištu maloprodaje - smatra Đogović i dodaje da bi bilo poželjno da javnost zna dokle se stiglo sa tim postupkom, u kojoj je fazi



Saša Đogović

FOTO: BIZNIS.RS

ili makar da li je bilo žalbi trgovinskih lanaca.

Prema njegovim rečima, to je jedna strana medalje - „pri čemu se može reći da je reakcija Komisije bila dosta odonela, pošto su na sumnje o kartelizaciji tržišta ranije ukazivala i udruženja potrošača, ali i Narodna banka Srbije“.

- Mislim da je čak i godinu dana pre

pokretanja postupka NBS ukazivala na određene nelogičnosti na tržištu, odnosno slala određene signale, pa je tako i reakcija KZK prilično okasnila - ističe Đogović, uz ocenu da je očigledno trebalo da dođe do nekog „miga“ ili dodatne podrške da bi se sprovele analize koje su zatim i predložene javnosti. - Ipak, bolje ikad nego nikad.

KOMISIJA ZA ZAŠTITU KONKURENCIJE KONSTATOVALA RAST MARŽI I PROFITABILNOSTI TRGOVINSKIH LANACA

Komisija za zaštitu konkurencije se u svom postupku pokrenutom u oktobru 2024. godine bavila tržišnim udelom četiri trgovinska lanca, pa je zaključila da Delhaize Serbia, Mercator-S, Univerexport i DIS čine više od 50 odsto tržišta maloprodaje na teritoriji Srbije, te je, kako su istakli, dalja analiza uslova konkurencije na posmatranom tržištu obuhvatila samo stranke u postupku. Kod stranaka u postupku konstatovan je rast bruto marži u periodu od 2016. godine kada je iznosila 35 milijardi dinara do 2023. godine kada dostiže iznos od 87,4 milijarde dinara. Komisija je konstatovala kontinuiran rast stopa bruto marži od nabavne vrednosti koja je 2016. godine kod stranaka u postupku u proseku iznosila 19 odsto, dok je 2023. godine bila 38 odsto, ukazala je Komisija za zaštitu konkurencije. Analiza poslovne dobiti stranaka u postupku, takođe, pokazuje trend rasta u perio-

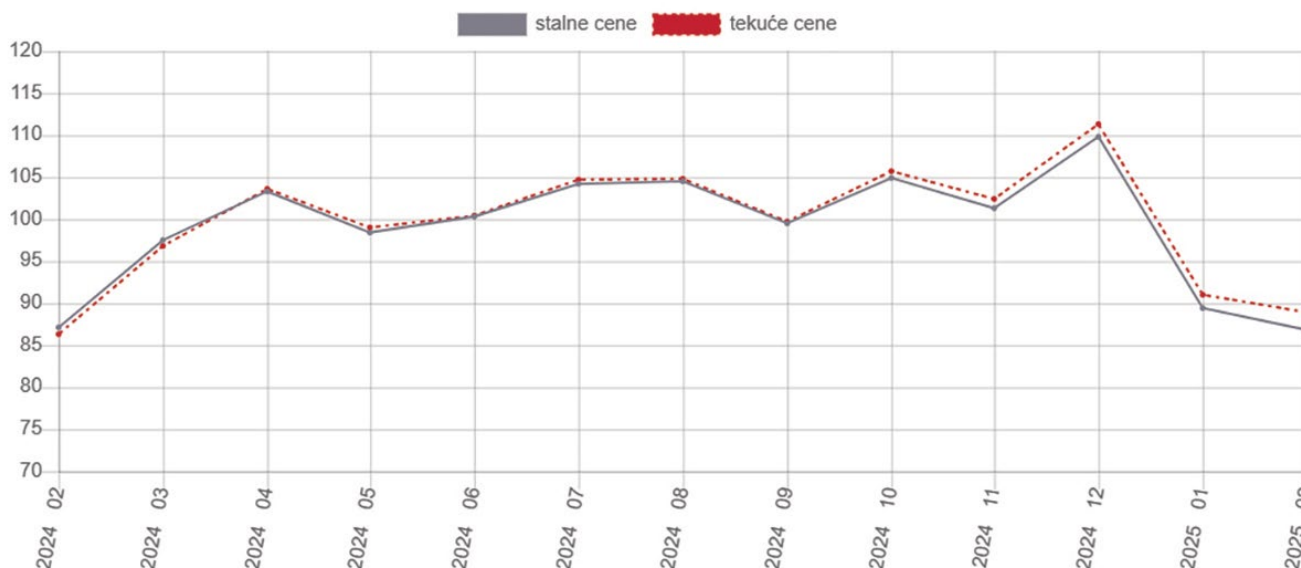
du od 2016. do 2023. godine, objavljeno je u obrazloženju. Zbirna poslovna dobit stranaka u postupku 2016. godine iznosila je 3,7 milijardi dinara, a 2023. godine je dostigla iznos od 18,6 milijardi dinara, što ukazuje na rast profitabilnosti trgovinskih lanaca.

Uz napomenu da su rezultati analize prethodno iznetih finansijskih pokazatelja ukazali na potrebu daljeg i detaljnijeg praćenja tržišta maloprodaje, Komisija je u dužem vremenskom periodu posmatrala i analizirala cene pojedinačnih uporedivih proizvoda kako bi identifikovala trendove i moguća odstupanja u maloprodajnim cenama. Tako je, na osnovu javno dostupnih podataka o cenama, kao i na osnovu podataka o cenama izloženim na rafovima pojedinih maloprodajnih lanaca, Komisija konstatovala da su kod stranaka u postupku za znatan broj proizvoda maloprodajne cene identične.

Na osnovu svega navedenog Komisija je utvrdila:

- da je tržište maloprodaje u Srbiji ostvarilo vrednosni rast u periodu od aprila do marta 2024. godine uz istovremeni količinski blagi pad;
- da je u periodu od aprila 2023. do marta 2024. godine porast cena u maloprodaji bio skoro duplo veći od inflatornih pritisaka;
- da je u periodu od 2016. godine do 2023. godine konstatovan značajan rast prihoda i bruto marži, odnosno profitabilnosti stranaka u postupku, što potvrđuju i podaci o njihovoj poslovnoj dobiti;
- da su u periodu od aprila do septembra 2024. godine redovne cene osam pobrojanih proizvoda (mleko, jogurt, ulje, brašno, šećer, jaja i banane) kod svih posmatranih maloprodavaca bile iste ili slične, uz različite uslove nabavke;
- da se vrednost potrošačke korpe koja sadrži 45 odabranih proizvoda ne-

Indeksi prometa u trgovini na malo u Republici Srbiji (Ø 2024 = 100)



IZVOR: RZS

Naš sagovornik kaže da „liči da je tržište maloprodaje kartelizovano“, kako se može zaključiti i iz objašnjenja koje je Komisija za zaštitu konkurencije dala prilikom pokretanja postupka protiv velikih trgovinskih lanaca, a na šta ukazuju i udruženja potrošača pozivajući na aktivan bojkot.

- Ta akcija ima smisla, a bio bi još veći

znatno razlikuje između stranaka u postupku, dok je znatno niža u maloprodajnom objektu učesnika koji nije stranka u postupku, a koji ima najnepovoljnije komercijalne uslove nabavke.

Treba napomenuti da uloga tela za zaštitu konkurencije nije regulatorna, odnosno da Komisija nema regulatornu funkciju, već nadzornu („watchdog“) i uglavnom deluje „ex-post“ - naknadno, tako što otkriva i sankcioniše već učinjene povrede konkurencije jednog ili više učesnika na tržištu. Takođe, ona štiti proces takmičenja na tržištu, ali ne i pojedinačne učesnike ili potrošače.

Trajanje postupaka koje sprovode sva tela za zaštitu konkurencije iz više razloga nije zakonski određeno, jer to nije ni moguće i zavisi od više faktora. Inače, postupak se može okončati na tri načina - prekidom, obustavom ili donošenjem rešenja o utvrđenoj povredi konkurencije koje u sebi sadrži meru zaštite, a mogu biti određene i mere ponašanja.

smisao kada bi bila podržana od resornog ministarstva ili Vlade Srbije, kao što je to recimo bilo u Hrvatskoj, gde smo imali udruženi sinergetski efekat. Takva akcija ima i mnogo brži i jači efekat na rukovodstvo maloprodajnih lanaca. Zašto do toga nije došlo? Možemo govoriti o jednoj dubokoj društveno-političkoj krizi u Srbiji, gde je veliki deo Vlade bio na marginama i pre podnošenja ostavke premijera i prelaska u tehnički mandat, odnosno nije imao proaktivnu ulogu i samostalno delovanje na strateškim pravcima - ocenjuje Saša Đogović i dodaje da su aktivnosti poput bojkota strateškog karaktera, ne samo operativnog, a to sve zajedno govori o tome koliko je Srbija daleko od demokratskog društva.

Kako navodi, sada je na trgovinskim lancima da prepoznaju puls tržišta i neki od njih već pokušavaju da određenim dodatnim akcijama i promocijama, posebno u dane bojkota, privuku potrošače. S druge strane, ima i onih koji su se odlučili za drugačiji put - da zaprete tužbama udruženjima potrošača koja pozivaju na bojkot.

- Trgovci mogu da pokrenu tužbe, ali što se tiče tržišne logike - takav potez već sam po sebi izaziva određenu sumnju jer potrošač ima pravo, kao jedan od ključnih faktora na tržištu, da ne dolazi u maloprodajne objekte. On treba da reguliše tržišne tokove i od njega treba da zavisi

tok tržišne utakmice, odnosno kako će se raspoređivati taj tržišni kolač, a ne da mu neko nameće, i to više trgovaca udruženo, po kojim cenama će kupovati određene proizvode - navodi Đogović.

Pokretanjem tužbi trgovci praktično

I U HRVATSKOJ VIDLJIVI EFEKTI POTROŠAČKIH AKCIJA

Realni promet od trgovine na malo u Hrvatskoj je u februaru porastao na godišnjem, ali pao na mesečnom nivou, objavio je Državni zavod za statistiku. Februar je, inače, bio mesec bojkota trgovačkih lanaca koji je započeo još 24. januara, tako da su očekivani ovakvi tragovi u brojkama u maloprodaji.

Na mesečnom nivou promet u trgovini na malo je u februaru realno pao za 0,9 odsto u odnosu na januar. U segmentu trgovine na malo prehrambenim proizvodima pad je iznosio čak 3,7 odsto, dok je kod neprehrambenih proizvoda, izuzimajući trgovinu motornim gorivima i mazivima, promet bio manji za 0,9 procenata.

Podatak za prva dva meseca ove godine govori da je prilagođeni promet od trgovine na malo realno porastao 3,5 odsto u odnosu na isti period 2024.



BOJKOT DONEO ZNAČAJAN PAD PROMETA

Na dan generalnog štrajka 24. januara, u pet najvećih trgovinskih lanaca – Delhaize (Maxi i Shop&Go), Mercator-S (Roda i Idea), DIS, Univerexport i Lidl, izdato je ukupno 879.204 fiskalnih računa, pokazuju podaci koje je Poreska uprava dostavila portalu Nova ekonomija. Ukupan promet ostvaren u ovim prodavnicama bio je 1.042.264.080 dinara, što je u proseku oko 1.800 dinara po računu.

Samo dan ranije, 23. januara, broj izdatih fiskalnih računa u ovim trgovinskim lancima bio je 1.148.024, a ostvaren promet iznosio je 1.439.591.056 dinara. Dakle, u danu bojkota izdato je tačno 268.820 fiskalnih računa manje – što je pad za gotovo četvrtinu. Ukoliko se podaci uporede sa 17. januarom, nedelju dana pre generalnog štrajka, vidi se da je broj izdatih fiskalnih računa manji za 204.076.

Drugi bojkot trgovinskih lanaca zbog visokih cena, na koji je pozvala Efektiva, održan je 31. januara, a prema podacima Poreske uprave tog dana izdato je 851.485 fiskalnih računa. Ostvaren promet iznosio je 913.844.874 dinara u pet najvećih trgovinskih lanaca. Samo dan ranije broj izdatih fiskalnih računa iznosio je 1.137.840. Dakle, uočava se pad od 286.355 transakcija – ponovo za oko četvrtinu. Promet je dan pred bojkot iznosio 1.328.511.156 dinara.

tuže potrošače koji su njihovi konzumenti što je, prema mišljenju našeg sagovornika, jedna vrsta arogancije koju imaju menadžmenti maloprodajnih lanaca, u smislu da su nedodirljivi i da svojom snagom i moći mogu na neki način da kanališu ili otupe oštricu potrošača, da ih zaplaše. Bolja varijanta je javna diskusija i transparentnost kroz koju bi trgovci mogli da objasne svoju situaciju ili neki način koriguju cenovnu politiku.

Preraspodela tržišnog kolača

A da li bi sva ova dešavanja mogla da dovedu do preraspodele na tržištu, s obzirom na to da su pojedina udruženja

pozivala potrošače da umesto u velikim lancima kupuju u malim lokalnim prodavnicama ili na pijacama? Opet, i cene u malim radnjama umeju da budu prilično visoke, pogotovo što manji trgovci ne dobijaju od proizvođača i dobavljača sve pogodnosti koje imaju veliki.

- Tu dosta zavisi od potrošača i njihove upornosti, ozbiljnosti i edukovanosti, na koju bi trebalo da utiču i udruženja koja ih okupljaju. Svakako da se otvara prostor za neke manje trgovce, ali opet na kraju sve zavisi od izbora kupaca, koji mogu da pokažu da li im se sviđa poslovna politika pojedinih kompanija - navodi Saša Đogović.

On ističe da dodatna regulacija od strane države u smislu ograničenja cena ili marži nije ni potrebna ni poželjna na

slobodnom tržištu, osim u nekim ekstremnim slučajevima, pa i tada samo za pojedine egzistencijalne proizvode i na vremenski ograničen period.

- Bitno je da se promeni narativ u delovanju i radu samih maloprodajnih lanaca. Ako se sistemski ništa ne promeni, taj neki 'andol' efekat - poput akcija koje smo imali (Bolja cena, Najbolja cena) i koje su bile više populistički i marketinško-politički potezi - vrlo brzo iščezne i skoro je nevidljiv ako imate ozbiljna 'oboljenja' - zaključuje Đogović.

Cene u maloprodaji rastle brže od inflacije

Na pitanje kako ocenjuje trenutno stanje na tržištu maloprodaje u Srbiji i



koliko je postupak Komisije za zaštitu konkurencije (KZK) protiv velikih trgovinskih lanaca uticao na poslovanje trgovaca, ali i na percepciju potrošača, predsednik Udruženja za zaštitu potrošača „Efektiva” Dejan Gavrilović kaže da „veliki igrači, odnosno veliki trgovinski lanci, diktiraju tempo cena, a svi drugi to prate, osim ruskih prodavnica koje su značajno jeftinije”.

- Lidl, koji svugde u Evropi važi za jeftiniji market, kod nas se priklonio politici visokih cena. Očito je da nam treba još konkurencije - ističe Gavrilović u razgovoru za Biznis.rs.

On smatra da je postupak koji je pokrenula KZK malo osvestio potrošače, jer „prvi put neki državni organ javno



priča o nameštanju cena”.

- Što se trgovaca tiče, ovaj proces za sada nije uticao na njih, pošto mesecima nakon toga nije bilo promena - i dalje smo zicali cene identične u paru. Ipak, ako bi KZK našla dokaze i kaznila trgovce to bi moglo dovesti do odustajanja od politike dogovaranja i do pada cena, odnosno njihovog slobodnog formiranja - ocenjuje naš sagovornik.

Kada je reč o trenutnim i mogućim efektima bojkota potrošača, na koji već nekoliko nedelja poziva Efektiva, Dejan Gavrilović izdvaja nekoliko najbitnijih.

- Bojkot ima nekoliko efekata. Prvo, promenio je svest velikog broja potrošača koji su shvatili da visoke cene nisu nešto što je celom svetu došlo iz Ukrajine ili zbog napada Huta, već je to halapljivost trgovinskih lanaca koji su u 2023. godini imali čist profit od preko 100 miliona evra. Samo Delhaize je imao 65 miliona evra čiste dobiti. Počeli su da traže alternativu i našli su je na pijacama, kod malih trgovaca, specijalizovanih radnji, Rusa. Drugi efekat, kao posledica prvog, je da trgovci beleže pad prihoda. Najpre je Maxi otpustio omladince, pa je DIS smanjio plate, zatim je Univerexport otpustio omladince i obustavio plaćanje prevoza. DIS je u svom dopisu i priznao da ima pad profita. Dakle, promena ima, samo je pitanje reakcije, a ja verujem da ona mora biti smanjenje cena i povratak poverenja

potrošača koji imaju veliku moć ako su solidarni i složni - zaključuje Gavrilović uz ocenu da bismo u teoriji - „kada bismo mogli da dopremo do svakoga i da svi slede preporuke” - sigurno odavno rešili problem visokih cena.

On veruje da je ključni razlog visokih cena želja maloprodavaca da više zarade, a to se, prema njegovim rečima, vidi iz primera visokih marži i raznih drugih naknada za ulistavanje proizvoda, reklame, police... Gavrilović tvrdi da trgovci imaju pregovaračku moć i mogu da utiču na dobavljače, samo je pitanje koliko to žele.

- Izveštaj KZK konstatovao je da su cene u maloprodaji rasle brže od inflacije, što je još jedan pokazatelj. Svakako, nisu maloprodavci jedini faktor, tu su i neki dobavljači, naročito oni koji imaju značajan udeo na tržištu - recimo mleka, čokolade, kafe, konditora. Država bi tu mogla da reaguje energičnije, spreči monopole i oligopole, a javnosti jasnije pokaže kolike su marže učesnika u lancu i ko pravi probleme sa cenama. To bi kod potrošača izazvalo animozitet, opasan za trgovce ili određene brendove. Privlačenje dodatne konkurencije bi, takođe, mogao biti dobar potez. Nažalost, sam ministar finansija je rekao da državi odgovaraju visoke cene jer to znači i veći priliv PDV-a u budžet, što je usko razmišljanje koje otežava poboljšanje položaja potrošača - ističe Dejan Gavrilović.



FOTO: FREEPIK

FOTO: MEDIJA CENTAR

**Rezultati bojkota**

Udruženje za zaštitu potrošača Efektiva pozivalo je u nekoliko navrata na bojkot trgovinskih lanaca. Najpre su to bili pozivi na jednodnevni, pa na nedeljni, a zatim i na celomesečni bojkot. I dok duža obustava kupovine, kako tvrdi Poreska uprava, nije dala značajne rezultate, jednodnevno uzdržavanje 31. januara izazvalo je smanjenje broja izdatih fiskalnih računa za oko četvrtinu, a zabeležen je i pad prometa od 32 odsto.

Efektiva je potrošače potom pozvala da čitavu radnu nedelju, od 10. do 14. februara, bojkotuju pet najvećih trgovinskih lanaca. Međutim, prema zvaničnim podacima Poreske uprave deluje kao da se bojkot nije ni desio. Naime, broj fiskalnih računa svih pet dana bojkota bio je oko milion – kao i u ostalim danima bez bojkota. Poreska uprava nije zabeležila ni značajniju razliku u prometu.

S druge strane, procene Efektive bile su da je prihod trgovinskih lanaca tokom ovog perioda bio manji za 25 do 30 odsto u odnosu na nedelju pre.

BOJKOT IMA NEKOLIKO EFEKATA. PRVO, PROMENIO JE SVEST VELIKOG BROJA POTROŠAČA KOJI SU SHVATILI DA VISOKE CENE NISU NEŠTO ŠTO JE CELOM SVETU DOŠLO IZ UKRAJINE ILI ZBOG NAPADA HUTA, VEĆ JE TO HALAPLJIVOST TRGOVINSKIH LANACA KOJI SU U 2023. GODINI IMALI ČIST PROFIT OD PREKO 100 MILIONA EVRA. DRUGI EFEKAT, KAO POSLEDICA PRVOG, JE DA TRGOVCI BELEŽE PAD PRIHODA

Trgovci i dalje bez komentara

Trgovci se do sada nisu oglašavali ni povodom postupka koji je pokrenula Komisija za zaštitu konkurencije, niti povodom bojkota potrošača. Sporadično je moglo da se čuje samo da su trgovinski lanci spremni da sarađuju sa KZK-om i da će sačekati krajnje rezultate ovog procesa, dok je u vezi sa bojkotom bilo pretnji tužbama udruženju koje poziva potrošače na uzdržavanje od kupovine, ali i poziva da se svi u lancu snabdevanja – čitaj: dobavljači i logističari – uključe u pokušaj da se cene formiraju tako da

budu prihvatljivije i bliže kupovnoj moći građana.

Biznis.rs je pokušao da sazna kakvi su trenutni stavovi trgovaca, kao i njihovi planovi za naredni period, ali odgovore na naša pitanja nismo dobili. U kompaniji Mercator-S nisu bili raspoloženi da komentarišu stanje na tržištu maloprodaje, pošto navodno nisu izlazili u medije još od pokretanja postupka KZK, dok su nam iz Delhaize Srbija ljubazno zahvalili na pozivu i interesovanju uz objašnjenje da „nažalost, u ovom trenutku nisu u mogućnosti da se odazovu i učestvuju”.



MARKO ANDREJIĆ



КРИЛО
Д.О.О.

Vojvode Putnika bb 22320 Indija
022 561 021 063 544 452 065 2521 249
krilo55@yahoo.com www.krilo.rs

**IZRADA DRVENIH SANDUKA ZA
PAKOVANJE I TRANSPORT**



MAYEKAWA SRB

Salinačka 80 b
11300 Smederevo
026 4 150 151
z.andrejevic@mayekawa.rs
www.mayekawa.rs



**PROIZVODNJA RASHLADNIH KOMPRESORA,
TOPLITNIH PUMPI I ČILERA**

**Pokrećemo industriju
podržavamo život**

MESSER 
Gases for Life

www.messer.rs





SRPSKO TRŽIŠTE OSIGURANJA I DALJE RELATIVNO MALO I NERAZVIJENO

NAJSLOŽENIJI IZAZOV ZA SEKTOR OSIGURANJA, ALI I ZA BILO KOJI DRUGI SEKTOR, JESTE NESTABILNO OKRUŽENJE KOJE NIJE PODSTICAJNO KADA JE U PITANJU SPROVOĐENJE REFORMI KOJE PREDSTAVLJAJU PREDUSLOV ZA PRIVREDNI RAZVOJ I OTVARANJE NOVIH RADNIH MESTA. TRŽIŠTE ĆE NASTAVITI SA RASTOM, IAKO TEK TREBA DA SE VIDI KOJIM TEMPOM, BUDUĆI DA TO U VELIKOJ MERI ZAVISI OD RAZVOJA PRIVREDE I RASTA BDP-A PO GLAVI STANOVNIKA

Uprkos nesumnjivom napretku ostvarenom u proteklih nekoliko godina, srpsko tržište osiguranja i dalje je relativno malo i nerazvijeno u poređenju sa zrelim tržištima u okviru Evropske unije, ali i sa privredama u razvoju na području Balkana, kao i u Južnoistočnoj Evropi. Primera radi, ukupna bruto obračunata premija (BOP) iznosila je na dan 31. decembra 2024. godine gotovo 180 milijardi dinara, sa niskim racijom penetracije (preko 1,8 odsto) i gustinom (otprilike 27.000 dinara – od čega gotovo 22.000 dinara u neživotnim osiguranjima i oko 5.000 dinara u životnim osiguranjima). Sve ovo ukazuje na činjenicu da srpsko tržište osiguranja i dalje zaostaje za prosečnim vrednostima karakterističnim za razvijenija tržišta.

Ovako Frančesko Maši (Francesco Masci), predsednik Izvršnog odbora DDOR osiguranja i potpredsednik Confindustria Serbia, ocenjuje trenutno stanje tržišta osiguranja u Srbiji. U intervjuu za Biznis.rs on govori o najvećim izazovima sa kojima se ovaj sektor suočava, razlikama u odnosu na druga tržišta u regionu i najnovijim trendovima, poput digitalizacije i personalizacije usluga, kao i o rezultatima i planovima DDOR osiguranja za naredni period.

- Više je nego očigledno da poređenje srpskog tržišta osiguranja sa zrelijim tržištima nije moguće. Primera radi, u Italiji je racio penetracije dostigao 6,9 odsto na kraju 2024. godine, porastavši sa 6,1 odsto koliko je iznosio na dan godinu dana ranije. Životno osiguranje ostvarilo je rast od 4,3 odsto u prošloj godini, dok je neživotno osiguranje zabeležilo povećanje od 0,1 procentnih poena, te je tako sa 1,8 odsto u 2023. dostiglo 1,9 odsto u 2024. godini.

Uprkos činjenici da udeo sektora osiguranja u BDP-u Srbije ostaje relativno nizak, tokom prethodnih godina porasla je svest o potrebi za osiguranjem i njegovom značaju, što je dodatno podstaknuto negativnim događajima poput pandemije i brojnih prirodnih nepogoda, kao i rastućim poverenjem u sektor osiguranja. Kako bi se ovaj proces ubrzao, neophodno je i dalje raditi na edukaciji stanovništva i razvijati proizvode osiguranja prilagođene potrebama korisnika ovih usluga.

Neki od negativnih faktora koji utiču na percepciju osiguranja su, između ostalog, veoma visok stepen neupućenosti u osiguranje i predrasude vezane za samu delatnost osiguranja, dok sa druge strane imamo pozitivne aspekte, poput dinamičnog rasta koji je obeležio prethodni period, a koji ukazuje na sklonost ka ovoj vrsti usluga i na sposobnost sektora da odgovori na rastuće potrebe korisnika osiguranja.

U kojim segmentima vidite najveći potencijal za razvoj?

- Najveći potencijal za tržišni rast u smislu proizvoda vidimo u sektoru osiguranja motornih vozila, imovine, zdravlja, kao i u životnom osiguranju, i upravo smo na te segmente fokusirani. Treba reći da kod onih grana poslovanja koje ne podrazumevaju obavezno osiguranje, potencijalni budući napredak u velikoj meri zavisi od razvoja lokalne privrede i naročito od rasta BDP-a po glavi stanovnika.

Koji su najveći izazovi sa kojima se industrija osiguranja trenutno suočava – da li je to regulativa, digitalizacija ili nešto treće?

- Svake godine se suočavamo sa nizom različitih izazova, gde bih naveo samo neke - od rastućih geopolitičkih tenzija i zategnutih trgovinskih odnosa, preko kontinuirane i zabrinjavajuće visoke stope inflacije, potrebe da se nastavi fiskalna konsolidacija u velikom broju razvijenih privreda, učestalih epizoda nestabilnosti na finansijskim tržištima, do izazova sajber bezbednosti, razvoja generativne veštačke inteligencije, stanjenja stanovništva, klimatskih promena, te finansiranja inicijativa za pravedno društvo.

Po mom mišljenju, najstroženiji izazov za sektor osiguranja, ali na kraju krajeva i za bilo koji drugi sektor, jeste nestabilno okruženje koje nije podsticajno kada je u pitanju sprovođenje reformi koje predstavljaju preduslov za privredni razvoj i otvaranje novih radnih mesta. Mislim da nema potrebe da dodatno naglašavam da budno pratimo razvoj svih vrsta rizika koji bi mogli ugroziti našu sposobnost da pružamo kvalitetnu uslugu i da odgovaramo na potrebe korisnika osiguranja. Istovremeno, i više smo nego uvereni u našu sposobnost da ostvarujemo vrhunske rezultate, i ubeđeni da se, dugoročno gledano, odgovorno donošenje poslovnih odluka – isplati. Ne kaže se bez razloga da se na mucu poznaju junaci.

Koliko se i na koji način tržište osiguranja u Srbiji razlikuje od drugih tržišta u regionu?

- Glavne karakteristike tržišta su suštinsko nepoznavanje delatnosti osiguranja i uvreženi narativ u vezi sa ovim sektorom. Ipak, postoje određene strukturne nijanse koje oblikuju srpsku



privredu, čineći je IT liderom na nivou čitavog regiona, što za posledicu ima privredno okruženje koje podstiče inovacije i koje pokazuje sklonost, ali i pozitivan odnos prema najnaprednijim rešenjima. Svako tržište ima svoje slabosti i jake strane, a do svih zainteresovanih strana je da reaguju na probleme, ali i da unapređuju one karakteristike koje ih izdvajaju od konkurencije.

Uopšteno govoreći, vizija je najznačajniji faktor uspeha, kao i sposobnost da se predvide određeni trendovi i rizici i da se osmisli adekvatna strategija prilagođena specifičnim potrebama zemlje. Rezultati će uslediti, a već sada smo svedoci ohrabrujućih signala.

Kako ocenjujete rezultate DDOR osiguranja u prethodnoj godini? Koji segmenti su ostvarili najveći rast?

- Pre svega, poslovanju u 2024. godini pristupili smo sa opreznim optimizmom, nakon teške godine u kojoj je niz razornih vremenskih nepogoda protutnjao Srbijom, ostavljajući haos širom zemlje, što je samo potvrdilo činjenicu da se rizik od klimatskih promena konstantno povećava, dovodeći do ogromnih gubitaka za privredu i stanovništvo. Iako su vremenske nepogode koje su pogodile Srbiju tokom 2024. godine bile znatno slabijeg intenziteta od onih u godini koja joj je prethodila, klimatske promene i dalje predstavljaju jedan od vodećih rizika kada su u pitanju privreda, poslovanje firmi i životi pojedinaca.

S tim u vezi, i u prethodnoj godini išli smo u susret zacrtanim ciljevima, tako da je društvo nadmašilo sve finansijske ciljeve i prevazišlo sve pokazatelje za praćenje poslovanja, uključujući profitabilnost i adekvatnost kapitala. U globalu gledano, društvo je u svim segmentima poslovanja zabeležilo solidne rezultate, sa rastom koji je bio brži od rasta tržišta, istovremeno nastavljajući sa opreznim pristupom prilikom preuzimanja rizika, uz sprovođenje strateških investicija za unapređenje svoje IT arhitekture i unapređenje dobrobiti zaposlenih. Pored toga, izuzetno oprezno smo pristupili jačanju zaštitnih mehanizama koji mogu pomoći u ublažavanju posledica negativnih događaja u narednih nekoliko godina.

Kada je u pitanju učinak ostvaren tokom 2024. godine, valja istaći i sve brži

GODINA JUBILEJA

- Želeo bih da istaknem i to da je 2025. godina važnog jubileja za DDOR, budući da obeležavamo 80 godina pružanja usluga i posvećenosti ispunjavanju potreba korisnika osiguranja pod sloganom: '80 godina posvećenosti. Jedna kompanija. Jedan brend. Jedna kultura'. Nema dileme da reputacija ostaje jedan od ključnih faktora koji doprinosi očuvanju vodeće pozicije među konkurentima, a samim tim i poverenja i kredibiliteta. Budući da je poverenje okosnica naše sposobnosti da rastemo i da se razvijamo, ono ne samo da predstavlja jedno od najvažnijih obeležja našeg Društva, nego je i primarni pokretač želje naših klijenata i partnera da sarađuju sa nama - ističe Frančesko Maši.

razvoj poslova u oblasti bankoosiguranja, kao i uspešno ponovno uspostavljanje održivog rasta i profitabilnosti u poslovima dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja, gde blisko sarađujemo sa našim dugogodišnjim partnerima. Osim toga, naglasio bih da smo ojačali našu konkurentsku poziciju u poslovima sa investicionim nekretninama, gde smo u protekle dve godine zabeležili značajan rast, kako u pogledu komercijalne penetracije, tako i u pogledu preuzimanja rizika, što za posledicu ima rast i razvoj našeg poslovanja.

Sve u svemu, dosadašnja praksa pokazuje da smo na pravom putu da ostvarimo stabilan, održiv, ujednačen i profitabilan rast, a prošlogodišnje cifre su ohrabrujuće i ukazuju na to da sve investicije i odgovorne poslovne odluke donete u proteklih nekoliko godina daju rezultate.

Koliko su inovacije i digitalizacija unapredile vaše poslovanje i odnos sa klijentima?

- Inicirali smo unapređenja, i ona napreduju jednim stabilnim tempom za koji očekujemo da će se ubrzati kako budemo ostvarivali dalji pomak u smislu digitalizacije procesa. Cilj nam je da maksimalno skratimo vreme potrebno za završetak određenog procesa i da konstantno unapređujemo naše poslovanje primenom principa marginalne dobi-

ti, kao i da automatizujemo repetitivne zadatke i ubrzamo procese, uz eliminisanje svih nepotrebnih elemenata koji koče naše aktivnosti, kako interne, tako i one u vezi sa klijentima, dobavljačima i drugim zainteresovanim stranama. Mi u DDOR-u uspostavili smo saradnju sa najvažnijim regionalnim igračima kako bismo ostavili značajan trag u tehnološkom smislu i izdvojili se u odnosu na konkurenciju, kao i izbegli rizik od kašnjenja u tehnološkim inovacijama.

Primeru radi, uložili smo značajna sredstva, kapital, veštine i vreme u tranziciju na novi centralni IT sistem koji će predstavljati jednu od okosnica strategije budućeg rasta. Istovremeno, implementiramo najnaprednija IT rešenja u Direkciji za aktuarske poslove kako bismo precizno definisali modele za određivanje cena uzimajući u obzir specifičnosti određenog rizika. Sve u svemu, ove investicije, uz znanje i specijalizaciju naših izvršnih direktora i stručnjaka, predstavljaju kamen temeljac saradnje koju negujemo sa najistaknutijim regionalnim igračima koji imaju poverenja u nas, između ostalog i zbog naše izuzetne sposobnosti da ostvarujemo vrhunske rezultate.

DDOR osiguranje je bilo generalni sponzor i ovogodišnjeg Sajma automobila u Beogradu. Koliko je ovaj događaj važan za vašu kompaniju?

- Snaga je u brojevima: Sajam automobila potvrdio je svoj status najznačajnijeg globalnog trgovačkog sajamskog događaja u automobilskoj i srodnim industrijama koji se održava tokom marta. Našao se među 11 najvećih međunarodnih sajмова ove godine i jedan je od svega tri međunarodna automobilska sajma u Evropi. Tokom njegovog ovogodišnjeg izdanja imali smo priliku da vidimo 257 izlagača koji su predstavili 105 marki automobila i motocikala, sa 180 premijera. Tokom samo jednog vikenda Beogradski sajam automobila posetilo je više od 60.000 ljudi.

Već 11 godina smo generalni sponzor beogradskog sajma automobila i izuzetno smo ponosni na saradnju sa velikim brojem istaknutih partnera, kao i sa uvaženom organizacijom kao što je Beogradski sajam. Da zaključim, dela govore glasnije od reči, te smo tako potvrdili našu posvećenost davanju podrške lo-



kalnoj ekonomiji, a naročito automobilskoj industriji koja prolazi kroz još jedan težak period usled neusaglašenog donošenja politika na globalnom nivou, dok dinamika najava i uvođenja tarifa unosi nespokoj na tržišta.

Kako vidite budućnost osiguranja u automobilskoj industriji, sa porastom broja električnih vozila i dolaskom autonomne vožnje?

- Automobilska industrija igra ulogu pokretača u sektoru osiguranja, ne samo zbog obaveznog karaktera AO osiguranja, nego i zbog toga što je veliki broj strategija usmeren na ovaj sektor od izuzetne važnosti: pomenuo bih upotrebu telematike u više od četiri miliona crnih kutija instaliranih u vozilima korisnika usluga Unipol osiguranja, kojima upravlja Unipol Tech, a koje nam omogućavaju, između ostalog, da prikupljamo ogromne

količine podataka o saobraćaju i mobilnosti – približno 100 miliona kilometara se evidentira na dnevnom nivou. Ti podaci su poverljivi i dostupni su javnim upravama, koje su njihovi primarni korisnici. Sve u svemu, povećana bezbednost uz niže troškove i unapređenje zdravlja čini ove crne kutije svojevrsnim zelenim kutijama koje imaju mogućnost procene uticaja različitih stilova vožnje na životnu sredinu. Takođe, vredi pomenuti saradnju sa politehničkim univerzitetom, Politecnico di Milano, i angažovanje Unipolovog sektora Beyond Insurance, na uspostavljanju Think Tanka, Saveta za urbanu mobilnost, čiji je glavni cilj promocija saradnje između obrazovnih ustanova, javnih institucija i privatnog sektora kako bi se obezbedila nesmetana tranzicija ka sistemu mobilnosti koji je održiv, integrisan, povezan i zelen, i ka nečemu što nazivamo - mobilnost kao usluga.

OSTAJEMO FOKUSIRANI NA DALJI RAZVOJ PRIVREDE

Koliko su promene u ekonomskoj klimi i inflacija uticale na poslovanje i na interesovanje klijenata za različite vrste osiguranja?

- Istini za volju, tržište je zabeležilo značajan rast, i uprkos tome što klijenti sve više paze na troškove, budući da im je kupovna moć smanjena usled porasta cena i visoke inflacije koja ne jenjava, nismo iskusili značajnije negativne efekte, niti su se promene u privrednoj klimi i inflacija prelele na tržište. Ipak, ostajemo izuzetno fokusirani na dalji razvoj privrede, budući da postoji određen prazan hod između promena u ekonomskoj klimi i njihovog uticaja na samu ekonomiju. Ne želeći da odustanemo od najosetljivijih oblasti, odnosno grana poslovanja, kao osiguravači moramo zadržati robusnu adekvatnost kapitala i disciplinu u preuzimanju rizika, bez menjanja uslova poslovanja na način koji bi bio štetan za naše klijente.

Međutim, debata o električnim vozilima je veoma polarizovana i politizovana i ostaje niz pitanja koja je potrebno rešiti kako bi se ostvario značajniji napredak na ovom polju. Sve u svemu, mi suštinski zavisimo od podataka, a telematski podaci koje je prikupio Unipol Tech korišćenjem gore navedenih crnih kutija ukazuju na to da otprilike 43 odsto Euro 5 vozila i okvirno 24 odsto Euro 4 vozila imaju manji ugljeni otisak u poređenju sa prosekom za Euro 6 vozila, budući da uticaj na životnu sredinu više zavisi od načina korišćenja vozila nego od same klase automobila.

Kako ocenjujete trendove u sektoru osiguranja, posebno kada je reč o digitalizaciji i personalizaciji usluga? Da li u narednom periodu planirate nove proizvode ili usluge koje bi dodatno privukle korisnike?

- Evolucija, adaptacija i anticipativni pristup. Sve su to ključne reči kada je u pitanju poslovanje, no naročito je važno ozbiljno pristupiti poslovanju. Pred nama je predstavljanje narednog trogodišnjeg Strateškog plana Grupe finansijskoj zajednici i uprkos tome što u trenutku davanja ovog intervjua nije moguće unapred obelodaniti podatke koji se tiču strateških aktivnosti koje će predstavljati okosnicu buduće strategije i koraka za postizanje ciljeva predviđenih strategijom, DDOR je dao svoj doprinos ovom sveobuhvatnom planu i nastaviće da širi svoje poslovanje, kombinujući rast sa tehničkom profitabilnošću, uz nužno očuvanje ravnoteže kako bi se nastavio ujednačen i profitabilan rast.

Kako vidite razvoj tržišta osiguranja u Srbiji u narednih nekoliko godina i gde vidite DDOR u tom kontekstu?

- Tržište će nastaviti sa rastom, iako tek treba da se vidi kojim tempom, budući da to u velikoj meri zavisi od razvoja privrede i rasta BDP-a po glavi stanovnika. DDOR je vodeće osiguravajuće društvo, deo jednog od najznačajnijih evropskih finansijskih aktera, sa izuzetnom reputacijom u zemlji i u oblasti čitavog Balkana. Posvećeni smo očuvanju vodeće pozicije u lokalnoj ekonomiji i ostavljanju traga na srpskom tržištu, postavljajući temelje za buduće uspehe uprkos rastućoj nezvesnosti i sve ozbiljnijim izazovima.

 **MARKO ANDREJIC**



NA RAZVOJU BYD TEHNOLOGIJE RADI 2.000 DOKTORA NAUKA

KOMPA NIJA JE TEHNOLOŠKI BEZ PREMCA I TO JE ONO ŠTO JE IZDVAJA OD SVIH OSTALIH, ALI PORED TOG TEHNOLOŠKOG DELA URADILA JE STVARNO NEVEROVATAN MARKETINŠKI POSAO I ZAISTA ULAŽE U TOM PRAVCU. TAKO SU BILI I SPONZOR EVROPSKOG PRVENSTVA U FUDBALU PROŠLE GODINE. INAČE, BYD IMA MILION ZAPOSLENIH, OD ČEGA 120.000 INŽENJERA. IMAJU 11 ISTRAŽIVAČKO-RAZVOJNIH CENTARA ŠIROM SVETA I IZBACUJU 80 PATENATA DNEVNO

Kineska tehnološka kompanija i proizvođač električnih automobila BYD najzad je stigao u Srbiju. Pet modela e-vozila premijerno je predstavljeno 17. marta u Sava centru, a BYD je bio prisutan i na ovogodišnjem 56. Međunarodnom salonu automobila u Beogradu, koji je održan od 20. do 26. marta.

Upravo na njihovom štandu razgovarali smo sa Milošem Jevtićem, generalnim direktorom kompanije BYD za Srbiju i Crnu Goru. On u intervjuu za Biznis.rs najavljuje otvaranje prodajnih salona i servisnih centara u Beogradu, Novom Sadu i Nišu, dolazak novih BYD modela na električni i hibridni pogon do kraja godine, kao i ulazak na tržište Crne Gore.

Naš sagovornik smatra da će kineska kompanija biti trendsetter i da će ozbiljno pogurati celu priču o elektrifikaciji domaćeg tržišta, a prokomentarisao je i aktuelni trenutak globalne automobil-ske industrije.

Šta srpski vozači za početak mogu da očekuju od dolaska popularnog brenda električnih automobila na naše tržište?

- Srpski vozači mogu definitivno očekivati vrhunski kvalitet vozila sa visoko razvijenom tehnologijom, a sve to po vrlo pristupačnim cenama. Kada govorimo o brendu BYD, ono što nas definitivno izdvaja jeste Blade baterija koja je karakteristična i prepoznatljiva po svojoj pojačanoj bezbednosti, kao i autonomiji i životnom veku. Smatram da je za kupca vrlo bitna činjenica da postoji garancija u trajanju od šest godina i 150.000 pređenih kilometara na samo vozilo, dok na

bateriju ova garancija iznosi osam godina i 200.000 kilometara.

U svakom slučaju, mislim da je naše tržište bilo spremno za dolazak ovog brenda. Ovo nam potvrđuje i zaista veliki odziv i zainteresovanost kako posle velikog događaja u Sava Centru, tako i na sajmu automobila.

Javnost je u poslednje vreme mogla nešto više da čuje o BYD-u, još otkako su prvi automobili stigli na globalno tržište, pa do najnovije revolucionarne tehnologije koja je predstavljena sredinom marta - za petominutno punjenje baterije automobila?

- Tako je, sve se više priča o BYD-u i mnogi su nestrpljivo očekivali dolazak na srpsko tržište. BYD je pre svega tehnološka, pa tek onda kompanija koja se bavi automobilima. U ovoj kompaniji radi veliki broj inženjera i prilično brzo se prilagođava potrebama kupaca širom sveta. Tako je nedavno lansirana na tržište i baterija za petominutno punjenje.

Ono što potvrđuje tu brzinu jeste i sam početak naše saradnje. Stupili smo u kontakt u oktobru 2024. godine i inicijalno krenuli u dogovore. Već 31. decembra, pred samu Novu godinu, smo se praktično sve dogovorili i te večeri su nam javili da smo postali uvoznici za Srbiju i Crnu Goru. Već 8. januara smo se našli u Šenženu i tako je sve počelo.

Svakako, pošto je bilo malo vremena morali smo da uložimo dodatni napor. I zaista, iza mog tima i mene stoji veliki rad i trud i ponosni smo što smo za dva meseca uspeali kako da dogovorimo ugovorne i komercijalne uslove, tako i da organizujemo launch event u Sava centru i

da se pojavimo na Beogradskom sajmu automobila.

Prvi prodajni salon tek treba da bude otvoren?

- Prvi BYD prodajni salon (show room) će biti otvoren u Bulevaru Milutina Milankovića na Novom Beogradu, u novoj X zgradi. Imaće površinu od 500 kvadratnih metara i tu će svi zainteresovani moći da vide ovih pet modela koji su izloženi na sajmu, a u narednom periodu planiramo da lansiramo i još jedan model.

Otvaranje salona je planirano za jun, a tada planiramo da otvorimo i prvi servis koji će se nalaziti u Krnjači. Na Makišu imamo carinsko skladište, tu će biti i lager rezervnih delova. Generalno smo kao grupacija poznati i po razvijanju dilerske mreže, i da imamo velike lagere vozila i rezervnih delova, tako da je to nešto što planiramo da implementiramo i kada je BYD u pitanju.

Znači, budući vozači BYD-a ne moraju da brinu za rezervne delove?

- Tako je. To je, možda, i najveća briga kupaca kada dođe neki novi brend, pogotovo iz Kine. Obično razmišljaju - šta će biti ako se slučajno pokvari automobil, koliko će čekati na rezervni deo... Mi nećemo imati taj problem, najpre zato što ćemo i sami ovde investirati u lager delova, a zatim i jer BYD kao kompanija ima veliko carinsko skladište u Roterdamu. Oni investiraju u carinska skladišta širom Evrope, tako da ćemo imati pristup njihovom lageru, odakle ćemo moći da povlačimo potrebne delove.

Inače, BYD ima i takozvanog „24-časovnog doktora“, kako ga nazivaju.



EVROPI ĆE TREBATI VIŠE VREMENA ZA POTPUNU ELEKTRIFIKACIJU

Da li očekujete da će se promeniti regulativa, odnosno rokovi koje je Evropa postavila za zamenu tradicionalnih vozila novim električnim? Mnogi veliki proizvođači su već podigli glas i tvrde da ne mogu tako brzo da pređu na novu tehnologiju.

- Siguran sam da će usporiti jer nije realno da tako brzo dođe do promena na evropskom tržištu, a svakako i našem. U Kini sam provodio dosta vremena i oni su zaista tehnološki znatno ispred nas. Dok je kod njih situacija takva da se prvenstveno koriste vozila na struju, kod nas to ipak izgleda malo drugačije. Kako Evropi, tako i našoj zemlji će trebati neko vreme da prihvati potpunu elektrifikaciju vozila. Ovde prevashodno mislim na infrastrukturu u koju bi trebalo još dosta da se ulaže. Kao što sam i rekao, BYD je ovo prepoznao i to je razlog zbog kog planira investiranje u plug-in hibridne modele vozila.

Svakako, siguran sam da će i sam dolazak brenda BYD na tržište Srbije i Crne Gore, kao i zainteresovanost ljudi, doprineti da se počne sa radom na infrastrukturi.

Dakle, uz doplatu naš kupac ima mogućnost ove dodatne (VIP) usluge, gde bi usled potrebe za hitnom popravkom neko od stručnjaka iz Holandije u roku od 24 sata došao i otklonio nastalu smetnju.

Planirate i širenje dilerske mreže u Srbiji?

- Do kraja godine planiramo da otvorimo još tri prodajna salona kroz dilersku mrežu, još tri showrooma, a namestavamo da razvijamo dalje i dilersku i servisnu mrežu. Dakle, do kraja 2025. godine BYD će imati četiri salona i četiri servisna centra, u Nišu, Novom Sadu i Beogradu.

Crna Gora je, takođe, veoma brzo u planu, negde do jula meseca bi trebalo da otvorimo prvi prodajni salon.

Koja je ciljna grupa za ovakve automobile u Srbiji? I koji je raspon cena BYD modela?

- Generalno, ciljna grupa su nam mladi ljudi. Mladi poslovni ljudi, mladi bračni parovi, ali sada u startu imamo zaista neverovatan odziv svih generacija i od svih društvenih grupa. Bukvalno, od sedam do 77 godina.

Model SEAL U DM-i, na primer, u određenom paketu opreme ima 324 konjskih snaga, pogon 4x4 i neverovatne performanse sa dometom od 870 kilometara. Vožnja sa korišćenjem električne energije, odnosno baterije, dostiže domet od 80 do 100 kilometara, u zavisnosti od paketa opreme. Za sve one koji su u strahu i možda još uvek nisu spremni da sednu u 100 odsto električno vozilo BYD za svaki od modela planira da lansira po jedan plug-in hibrid za evropsko tržište. Mi ćemo, na primer, sada u junu imati Seal 5 DM-i, a u trećem ili četvrtom kvartalu ove godine planiramo lansiranje još dve plug-in hibrid verzije.

Trenutno se raspon cena sa sajamskim popustom kreće od 25.500 evra za Atto 2, najmanji auto iz BYD game vozila, pa sve do 50.000 evra za Seallion 7. Na to kupci imaju i pravo na subvenciju države od 5.000 evra.

Infrastruktura za električna vozila kod nas još uvek nije dovoljno razvijena, iako se ulaže i ima naznaka da će se dodatno razvijati u narednom periodu.

- U Srbiji za sada imamo oko 200 javno dostupnih punjača, a plan je da

se do kraja godine ta brojka poveća na 250. Iskreno mislim da će BYD kao kompanija biti trendsetter, da će zaista pogurati celu tu priču o elektrifikaciji našeg tržišta i automobilske industrije. Tržište električnih automobila se postepeno povećava iz godine u godinu, a verujem da će ove godine ta brojka biti i duplirana u odnosu na prethodnu.

Ko kod nas trenutno vozi električne automobile? Čini se da su to uglavnom kompanijske flote, dostavna vozila...

- Upravo tako. Na našem tržištu je veliki broj stranih kompanija i one su te koje će među prvim zameniti flote u potpuno električna vozila. Već sada imamo zahteve. Definitivno su svi pod utiskom dolaska BYD brenda na naše tržište, a opet, isto tako, imamo dosta zahteva i kada su u pitanju fizička lica.

Koliko su vozači u Srbiji već naučili kako funkcionišu električni automobili? Koliko može da izdrži i koliko je pouzdana baterija, kako se održavaju i servisiraju...?

- Što se tiče samih električnih automobila, moram da priznam da su ljudi dosta informisani. Možda ne u broju koji bismo mi želeli, ali opet je to iznenađujuće dobro. Što se tiče servisa, tu imaju nešto manje informacija i tu i jeste neki najveći strah - šta će biti sa vozilom ako



se nešto pokvari? Opet, ključnu ulogu tu igra i naša garancija, jer kupci imaju šest godina garancije na vozilo ili 150.000 pređenih kilometara. Osam godina BYD daje garanciju na bateriju. Mi ćemo kao firma, takođe, ulagati intenzivno u servisnu mrežu, a ljudima znači i kada čuju da Autočaćak kao grupa stoji iza naše firme koja je uvoznik za Srbiju. To uliva sigurnost.

Po čemu se BYD izdvaja od ostalih električnih, ali i konvencionalnih vozila?

- Generalno mislim da je BYD, pre svega, izazvao hajp kao brend. Kompanija je, naravno, tehnološki bez premca i to je ono što je izdvaja od svih ostalih. Ima, takođe, i podbrendove i luksuzni segment. Ali, pored tog tehnološkog dela, oni su uradili stvarno neverovatan marketinški posao i zaista ulažu u tom pravcu. Tako su bili i sponzor Evropskog prvenstva u fudbalu prošle godine. Jako su agresivni, jako su brzi.

BYD ima 120.000 zaposlenih inženjera, verovali ili ne. Milion radnika, od toga 120.000 inženjera, a među njima 2.000 doktora nauka. Imaju 11 istraživačko-razvojnih (R&D) centara širom sveta i izbacuju 80 патената dnevno. Neverovatno je koliko ulažu u tehnologiju i mislim da je to ono što ih izdvaja od svih ostalih na zapadu.

Kako ocenjujete aktuelni trenutak automobilske industrije i tržišta, kod nas i šire u Evropi?

- Mislim da kriza definitivno postoji. Da ne pominjemo brendove, ali svi neka ko gledamo u Nemačku. Ovo je definitivno momenat koji će neki drugi brendovi iskoristiti, poput BYD-a koji je već iskoristio svoju priliku. Kompanija galopirajući raste u Evropi, investira, otvara fabrike u Mađarskoj i Turskoj ove godine.

I cenovno su bolji od svojih konkurenata iz Evrope. Uspeli su čak i sa tim dodatnim tarifama da se izbore i da budu konkurentni i jeftiniji od nekog, na primer, nemačkog premijum brenda.

Kakva su vam očekivanja od Beogradskog sajma automobila i koji je sledeći korak za BYD u Srbiji?

- Imamo velika očekivanja od sajma. Što se tiče sledećih koraka, otvorićemo pop-up prodavnicu u Galeriji i još nekoliko tržnih centara već od aprila. U junu stiže, kao što smo već pomenuli, prvi prodajni salon, a negde do avgusta najkasnije planiramo da kroz dilersku mrežu otvorimo i ostale showroomove, u Novom Sadu i Nišu.

Lansiranje novih modela sledi u toku godine, dok u naredna tri meseca planiramo lansiranje BYD brenda na tržištu Crne Gore.

 MARKO ANDREJIĆ

PRVI VEĆI KONTINGENT VOZILA STIŽE U JUNU

Kada neko ko je naručio BYD na sajmu može da očekuje da mu stigne auto? Koliko se čeka sada u startu?

- Pre nego što smo i lansirali brend mi smo dogovorili sa principalom određeni lager vozila. Tačnije, to su nova vozila koja trenutno uplovljavaju u Rotterdam iz Kine. Ta vozila treba da uplove 25. aprila u Holandiju, i trebaće dve do tri nedelje dok stignu do Srbije i prođu carinske procedure. Tu će biti oko 70 automobila, što nije veliki broj i verovatno će biti rasprodato već za nekoliko dana, a mnoga su već i rezervisana. Sve ostalo se poručuje iz fabrike i prvi veći kontingent će stići u junu.



DIGITALNE TEHNOLOGIJE KLJUČNE ZA DEKARBONIZACIJU

SIEMENS KROZ PAMETNU INFRASTRUKTURU, DIGITALIZACIJU I OBNOVLJIVE IZVORE ENERGIJE NASTOJI DA STVORI ODRŽIVIJI, ENERGETSKI EFIKASNJI I POVEZANIJI SVET. KOMANIJA RAZVIJA INOVATIVNA REŠENJA KOJA POMAŽU U DEKARBONIZACIJI, OPTIMIZACIJI RESURSA I UNAPREĐENJU URBANE INFRASTRUKTURE. POSEBAN FOKUS JE NA PRIMENI VEŠTAČKE INTELIGENCIJE I IOT TEHNOLOGIJA, KAO I NA SAJBER BEZBEDNOSTI, DOK KROZ PROJEKTE U SRBIJI AKTIVNO DOPRINOSIMO ENERGETSKOJ TRANZICIJI I MODERNIZACIJI ELEKTROENERGETSKOG SISTEMA

Pametna infrastruktura je održiva, ona predstavlja najmoderniju, najinovativniju tehnologiju koja menja svet i transformiše našu svakodnevicu nabolje. Jasno je da živimo u vremenu kada demografske promene, urbanizacija, klimatske promene, efikasnost resursa predstavljaju nove izazove, kao i nove mogućnosti. Pametna infrastruktura se bavi ovim temama kombinovanjem stvarnog i digitalnog sveta. Naša tehnologija transformiše infrastrukturu u energetske sisteme i industrijama, poboljšavajući način na koji ljudi žive i rade kroz stvaranje energetski efikasnih i ekološki odgovornih sistema.

U praksi to znači da svaki energetski sistem, od brojila ili zgrade pa do velikih sistema, uz pomoć naših tehnologija može da redukuje emisiju ugljenika, da smanji potražnju za energijom i da optimizuje snabdevanje. Siemensov portfolio se bavi kompletnim lancem vrednosti između zgrada i elektrifikacije. Naši proizvodi, sistemi, rešenja i usluge za pametne zgrade i elektrifikaciju poboljšavaju energetske i efikasnost resursa, olakšavaju prelazak na obnovljive izvore i decentralizovanu proizvodnju energije, istovremeno obezbeđujući otporno i pouzdano snabdevanje električnom energijom.

Ovako Srdan Srdanović, direktor sektora Smart Infrastructure u kompaniji Siemens Srbija, definiše pametnu infrastrukturu i njene ključne komponente. U razgovoru za Biznis.rs on govori o primeni veštačke inteligencije, pametnim infrastrukturnim rešenjima, kao i o energetskej tranziciji.

Koliko su bitna ulaganja u zeleni portfolio i kakvu razliku ona prave za životnu sredinu?

- Više od 90 procenata Siemensovog portfolija omogućava našim kupcima da ostvare pozitivan, održivi doprinos u oblastima dekarbonizacije i energetske efikasnosti, cirkularne ekonomije, orijentisanosti na ljude i društvenu dobrobit. Po prvi put u fiskalnoj 2024. godini, sprečena emisija od 144 metričkih tona ugljen-dioksida (CO₂) kod naših korisnika prevazišla je emisije proizvedene u ukupnom lancu Siemens kompanijskih aktivnosti od 121 metričke tone CO₂. Osnajujemo cirkularnost i podvlačimo našu EcoTech oznaku tako što danas imamo 25.000 proizvoda sa oznakom EcoTech transparentnosti.

Zahvaljujući korišćenju proizvoda iz sopstvenog portfolija, ostvarili smo smanjenje od 60 odsto emisije CO₂ u kompanijskim procesima od 2019. godine.

Koji su najveći izazovi u implementaciji pametnih rešenja u urbanim sredinama?

- Mi kao društvo treba da rešimo nekoliko ključnih problema koji su vezani za nedostatak energetskih izvora i preopterećene sisteme, rast populacije i izrazitu urbanizaciju, kao i klimatske promene koje stvaraju veliki pritisak na urbane sredine. Potrebno je da dekarbonizujemo snabdevanje električnom energijom, da postanemo energetski efikasniji i da elektrifikujemo preostalu potražnju za energijom koristeći energiju iz obnovljivih izvora.

Pametna infrastruktura upravo je dizajnirana da otkrije, predvidi i savlada rizike i na taj način pomaže gradovima da odgo-

vore na ove izazove pružajući osnovu za njihovu rezilijentnost (otpornost).

Kako veštačka inteligencija i internet stvari (IoT - Internet of Things) utiču na razvoj pametne infrastrukture?

- Pametne mreže i pametne zgrade koriste podatke u realnom vremenu za efikasno upravljanje protokom električne energije. Internet stvari poboljšavaju vidljivost i omogućavaju integraciju. S druge strane, veštačka inteligencija optimizuje složene sisteme kako bi se povećala efikasnost, smanjila količina otpada i maksimalno povećala vrednost postojeće infrastrukture. Istovremeno, otvorene digitalne poslovne platforme, kao što je Siemens Xcelerator, organizacijama nude pristup rešenjima za kontinuirana unapređenja i poboljšavaju saradnju sa partnerima radi postizanja opštih ciljeva održivosti.

Tehnički izveštaj kompanije Siemens posvećen pametnoj infrastrukturi ističe kako digitalne tehnologije igraju ključnu ulogu u smanjivanju ugljeničnih otisaka, optimizaciji korišćenja resursa i integraciji obnovljivih izvora za 55 odsto ispitnika koji su izjavili da digitalne tehnologije imaju značajan ili ogroman potencijal za pokretanje dekarbonizacije u njihovom poslovanju.

Izveštaj, takođe, ukazuje na značajne nedostatke u digitalizaciji u sektorima energije, zgrada i industrije. U njemu se napominje kako se brojne industrije i dalje oslanjaju na zastarele sisteme i razjedinjene podatke, što ograničava njihovu sposobnost da efikasno integrišu digitalna rešenja. Prema ovom izveštaju, odsustvo dobro integrisane i dostupne infrastrukture za podatke direktno je uticalo na na-



predak, pri čemu industrije često ne iskoriste čak 30 odsto potencijalnog povećanja efikasnosti.

Kako se Siemens nosi sa pitanjem sajber bezbednosti u kontekstu digitalizacije infrastrukture?

- Trebalo bi da nam bude jasno da ništa i niko nije zaštićen od sajber napada: industrija, administracija i kritična infrastruktura širom sveta su u riziku od napada. U svetu u kojem kancelarijske zgrade, bolnice, data centri i električne mreže sve više postaju digitalni i povezani, poenta je da budete bezbedni. Upravo zato naši pametni sistemi nude rešenja koja omogućavaju da u ovom ranjivom svetu budete sigurni.

Od inicijalnog dizajna proizvoda do kontinuiranog nadgledanja i proaktivne odbrane, Siemens nudi rešenja koja pomažu u zaštiti (digitalne) imovine i kritične infrastrukture tokom celog životnog ciklusa, kako bi se obezbedilo nesmetano poslovanje. Cilj je da, uz pridržavanje zakona i lokalnih propisa o sajber bezbednosti, za naše klijente obezbedimo proaktivno smanjivanje bezbednosnih rizika, ranjivosti i izloženost potencijalnim pretnjama.

Koje su najnovije inovacije koje razvijate u oblasti energetske efikasnosti i održivosti?

- Kroz kreiranje ciljanih tehnologija i primenu pametnih rešenja u projektima, Siemens unapređuje energetske efikasnosti i direktno doprinosi održivom razvoju, čineći naš energetski sistem otpornijim. Rešenja koja igraju glavnu ulogu u ovoj oblasti predvođena su našom pametnom mrežom (smart grid), tehnologijom koja omogućava balansiranje proizvodnje i potrošnje energije, što značajno povećava pouzdanost i održivost sistema. Takođe, već sam pomenuo Siemens Xcelerator platformu koja povezuje digitalne tehnologije i omogućava fleksibilnije upravljanje energetskom infrastrukturom.

Ponosni smo i na Siemens rešenja za automatizaciju i kontrolu u energetskim postrojenjima, kao što su SCADA sistemi i redundantni kontroleri. Ove tehnologije omogućavaju efikasnije upravljanje i nadzor energetskih resursa, ostvarujući ključan doprinos ostvarenju ciljeva karbonske neutralnosti.

Kao primer iz lokalne prakse, Siemens je prva kompanija u Srbiji i regionu koja je

isporučila i pustila u rad sistem za punjenje za deset električnih autobusa u Novom Sadu. Sistem se sastoji od tri ultra brza pantografska punjača od 450 kilovata i pet malih od dva puta po 25 kilovata punjača za punjenje autobusa preko noći, što znači da pomenuta tri dnevna punjača dopunjavaju autobuse za jako kratko vreme, ispod deset minuta.

U toku je i projekat elektrifikacije voznog parka kompanije koji je svakako ambiciozan i zahtevan, pratimo očekivanja i jasne ciljeve. Postupno, ali sigurno idemo ka cilju kompletne elektrifikacije do 2030. godine.

Kakvu ulogu igraju obnovljivi izvori energije i kako vidite budućnost pametnih zgrada i industrijskih postrojenja?

- Energetska tranzicija i obnovljivi izvori energije za nas su mnogo više od poslovne mogućnosti. To je opredeljenje i način razmišljanja i delovanja. Na jednoj strani, globalno 91 odsto električne energije koju smo kupili sastoji se od struje iz obnovljivih izvora za potrebe naših poslovnih objekata i fabrika. Ujedno je Siemens jedan od ključnih aktera u ovoj oblasti sa svojim jedinstvenim rešenjima koja spajaju inovacije, kvalitet i efikasnost u radu. Kroz godine, Siemens Srbija je uspešnim učešćem u nizu projekata etabliran kao pouzdan partner na tržištu bilo da je reč o



isporuci specijalizovane opreme, saradnji u fazama projektovanja ili kreiranju pametnih rešenja.

Siemens je tu, pre svega sa svojom tehnologijom, kao i sa svojim bogatim iskustvom i stručnim timom. Za naše partnere, bilo da su u pitanju investitori ili izvođači radova, kompanija je pouzdan oslonac od početka razvoja do kraja operativnog rada i eksploatacije nekog projekta.

Koje biste inovativne projekte vaše kompanije izdvojili u Srbiji?

- Kao reprezentativan u pogledu naše orijentisanosti na spoj inovacija, kvaliteta i efikasnosti izdvaja se projekat implementacije Process bus tehnologije na trafo stanici Bor 6, poseban jer predstavlja pionirsku primenu ove tehnologije na celokupnoj trafostanici u Srbiji. Ovde bih naglasio produktivnu saradnju sa Elektromrežom Srbije (EMS), čiji je rezultat i pilot-projekat za prvu process bus mrežu i optički strujni transformator u trafostanici Beograd 3.

Kao još jedan primer uspešne saradnje izdvojio bih projekat trafostanica Kragujevac 2 400/110 kilovata u kome je Siemens učestvovao dizajnom ormara, nabavkom opreme, ožičenjem i instalacijom FAT sistema za 47 ormara za zaštitu i kontrolu.

Ponosni smo što smo obezbedili deo opreme u sklopu trafostanica (srednjena-posnska postrojenja i sistem zaštite i upravljanja) za konekciju na prenosni sistem vetroparka Čibuk 1, kao najvećeg operativnog vetroparka u Srbiji, zatim vetroelektrana Krivača i Crni vrh, VE Kostolac koji gradi Elektroprivreda Srbije, kao i oba izgrađena i operativna vetroparka u Crnoj Gori (VE Krnovo i VE Možura).

LJILJANA BEGOVIĆ

AI IMA POTENCIJAL DA UVEDE REVOLUCIJU U PROIZVODNJU ENERGIJE

Veštačka inteligencija postaje svepristupa u raznim sektorima. Kakav uticaj ima na pametnu infrastrukturu?

- Kada je reč o veštačkoj inteligenciji, mislim da ključ korišćenja AI tehnologija, uz održavanje odgovornosti za životnu sredinu, leži u ravnoteži koja zahteva odmeren pristup koji uzima u obzir i prednosti i troškove korišćenja AI tehnologija. AI ima potencijal da uvede revoluciju u način kako se proizvodi energija, kako se njome upravlja i kako se troši, pri čemu se AI mora koristiti na način koji podržava ciljeve u pogledu zaštite životne sredine.



BEAUTY STUDIO

NADOGRADNJA KOSE
(RUSKA KOSA PREMIUM KLAZE)
ŠIŠANJE I FENIRANJE
FARBANJE
SVEČANE FRIZURE
PROFESIONALNO ŠMINKANJE
NOKTI
PROFESIONALNI TRETMAN KOSE + FENIRANJE

Luke Čelovića trebinjca 50
BW zgrada libera
11000 Beograd
+381 62 272 338
mn.studio1111@gmail.com



OTKUP I PRODAJA ŽITARICA I ULJARICA

Banatska 200
26222 Kovin, Bavanište

060/ 666 34 83
pejicagrار@gmail.com





BIZNIS.RS TREĆI PUT NAGRADIO NAJUSPEŠNIJE POSLOVNE ŽENE

PRIZNANJE „ŽENE U BIZNISU“ PREDUZETNICAMA KOJE MENJAJU SVET

SA ŽELJOM DA NASTAVIMO DA PODSTIČEMO ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO I OVE GODINE SMO DODELILI PRIZNANJA DAMAMA KOJE SU POSTIGLE IZUZETNE POSLOVNE REZULTATE, IMAJU ODLIČNE LIDERSKE VEŠTINE I, MOŽDA NAJVAŽNIJE, SPREMNE SU DA PRUŽE PODRŠKU BUDUĆIM GENERACIJAMA

U savremenom poslovnom svetu, preduzetnice imaju važnu ulogu u ekonomskom razvoju. U Srbiji, žene u biznisu sve više zauzimaju značajna mesta u industrijama koje su tradicionalno pripadale muškarcima. Iako suočene sa izazovima kao što su manji pristup finansijama i kulturne prepreke, broj žena koje uspešno vode sopstvene biznise raste iz godine u godinu. Ovaj trend je i dalje u usponu, jer sve više žena ulazi u svet preduzetništva, često pokrećući inovativne projekte koji me-

njaju ne samo srpsku, već i globalnu poslovnu sliku.

U Srbiji su žene vlasnice oko 32 odsto preduzeća, a iako ovaj procenat ostaje stabilan već godinama, on prati svetski prosek, a, takođe, blizak je standardima Evropske unije, pa čak i najvećih globalnih kompanija sa indeksa S&P 500. Svet-ska banka je u svom izveštaju Srbiju pozicionirala među najrazvijenije zemlje sveta u pogledu poslovne egalitarnosti.

Jedan od najvažnijih trenutaka u afirmaciji žena u biznisu jeste sveprisutna

podrška različitih organizacija, kao i javni događaji koji slave njihove uspehe. Zato je Biznis.rs treću godinu zaredom, u želji da podstakne žensko preduzetništvo, dodelio priznanja „Žene u biznisu“ ženama koje su postigle izuzetne poslovne rezultate, imaju odlične liderske veštine, a spremne su i da budućim generacijama preduzetnica pokažu put do uspeha.

Na svečanoj dodeli priznanja 27. marta u Sava centru preduzetnice su mogle da čuju zanimljiva predavanja i dinamič-

nu panel-diskusiju, uz konkretne uvide iz prakse, što bi trebalo da ih motiviše na nove ideje i pokretanje novih projekata.

Događaj koji je okupio skoro 200 poslovnih žena istakao je snagu, upornost i inovativnost žena u biznisu, i pružio prostor za razmenu iskustava, povezivanje i osnaživanje, što je danas važnije nego ikada.

Privredna komora Srbije kao saveznik žena u biznisu

Branislava Simanić, direktorka Sektora za preduzetništvo Privredne komore Srbije, bila je jedna od učesnica konferencije „Žene u biznisu“, gde je u uvodnom obraćanju govorila o izazovima i mogućnostima za dame koje vode svoj posao.

- Preduzetnice u Srbiji svakodnevno se suočavaju sa izazovima koji zahtevaju konkretnu i sistemsku podršku. Finansiranje, administracija, balans između posla i porodice – to su teme koje ne možemo ignorisati - istakla je Simanić.

- Privredna komora Srbije stoji iza žena u biznisu. Ne simbolično, već kroz konkretne mehanizme. Formirali smo radne grupe koje okupljaju i državu i privredu, kako bismo zajedno rešavali probleme na koje preduzetnice nailaze. Te grupe nisu forma, one su prostor za dijalog, saradnju i pronalaženje održivih rešenja - poručila je direktorka Sektora za preduzetništvo PKS-a.

Govoreći o perspektivama za žene u biznisu, Simanić je dodala da vidimo rast i sve veću aktivnost među ženama koje ulaze u preduzetništvo.

- Naš zadatak je da ih ne ostavimo same. Posebno želimo da osnažimo žene koje rade u sivoj zoni, a koje često neguju tradicionalne zanate. Upravo tu leži ogroman potencijal, jer su tradicionalni zanati deo kulturne baštine Srbije, ali oni nisu samo prošlost, već mogu biti budućnost. Ako ih podržimo i plasiramo na tržište, možemo ženama omogućiti samostalnost i održiv biznis - istakla je Simanić.

Ona se osvrnula i na svetsku izložbu EXPO 2027, koja će se održati u Srbiji.

- EXPO 2027. je šansa da tradicionalne veštine i proizvode predstavimo svetu. To je prilika da žene koje se bave starim zanatima izađu na globalnu scenu i povežu se sa tržištem koje ih čeka. Žene



Branislava Simanić

koje pokreću i vode biznis nisu same. Mi ih čujemo, razumemo i radimo za njih. Privredna komora Srbije ostaje njihov oslonac i partner u svakom koraku - poručila je Branislava Simanić.

Žensko preduzetništvo mora imati ravnopravan pristup svim sektorima

Prema podacima Svetske banke, žene širom sveta i dalje imaju 50 odsto manji pristup kreditima i investicijama u poređenju sa muškarcima. U Srbiji samo 19 odsto žena ima pristup bankama za

finansiranje svojih preduzetničkih inicijativa. Uprkos tome, žene sve više uspevaju da nadmaše prepreke kroz inovativne pristupe i otporne poslovne modele.

Jelena Bojović, programska direktorka Nacionalne alijanse za lokalni ekonomski razvoj (NALED) i jedna od vodećih ekspertkinja za regulatorne reforme u Srbiji, govorila je na konferenciji „Žene u biznisu“ o ulozi žena u kreiranju ekonomskih politika i o sistemskim barijerama koje ih sputavaju na putu razvoja.

- Žene moraju imati aktivniju ulogu u



Jelena Bojović

**: BIZNIS.RS TREĆI PUT NAGRADIO NAJUSPEŠNIJE POSLOVNE ŽENE**

NALED sprovodi projekat „Snažne i važne” koji za cilj ima upravo pomoć ženama da prevaziđu prepreke koje proizilaze iz postojećih sistemskih nejednakosti.

- Verujem da možemo ostvariti značajne promene, ali za to je potreban jak regulatorni okvir, bolja zakonska rešenja i kontinuirana saradnja sa institucijama, posebno sa Privrednom komorom Srbije. Krajnji cilj mora biti ravnopravan pristup svim sektorima, bez obzira na to da li govorimo o proizvodnji ili uslugama - istakla je Jelena Bojović.

oblikovanju ekonomskih politika jer su svakodnevno na prvoj liniji biznisa. Ako ne uključimo njihove potrebe u sistemsku rešenja, prave šanse za napredak ostaju van domašaja. Neophodno je da se dodatno osnaži žensko preduzetništvo kroz konkretne mere, pre svega kroz bolji pristup finansijama i smanjenje administrativnih barijera koje ih sputavaju - naglasila je Bojović.

Ona je dodala da lokalni fondovi često

pružaju veće podsticaje za žene preduzetnice.

- Međutim, kroz fokus grupe koje koordinatori NALED u analizi tržišta uočili smo jasnu neravnotežu, jer se prednost daje proizvodnim sektorima, dok su žene dominantno zastupljene u uslužnim delatnostima. Ovakav pristup stvara indirektnu diskriminaciju. Time se otežava pristup finansijama i umanjuje mogućnost za rast - rekla je Bojović.

Tri liderke, tri priče – snaga ženskog preduzetništva na jednom mestu

U okviru konferencije „Žene u biznisu” pažnju učesnika privukla je i panel-diskusija sa tri uspešne preduzetnice koje su kroz lična iskustva govorile o izazovima, uspesima i vrednosti ženskog liderstva. Njihove priče osvetlile su snagu upornosti, važnost inovacija i ulogu žena u modernom preduzetništvu.



Jedna od panelistkinja bila je Sonja Arandelović, osnivačica i direktorka kompanije Masterpiece, poznate po inovacijama u kozmetičkoj industriji. Kako kaže, njen preduzetnički put počeo je nasleđivanjem porodičnog biznisa, ali je vrlo brzo krenula da ga razvija u svom pravcu.

- Kada sam preuzela porodični posao znala sam da želim da ga razvijam na svoj način. Bila sam svesna odgovornosti, ali sam isto tako bila i puna ideja, energije i želje da stvorim nešto što će imati lični pečat. Preduzetništvo je za mene uvek bilo prostor slobode, stvaranja i rasta - rekla je Arandelović.

Ističe da su izazovi bili brojni, ali da su upravo ti trenuci oblikovali njen put i dali joj snagu.

- Bilo je dana kada sam se pitala da li sam na pravom putu, ali svaki sledeći korak, svaka prepreka koju sam prevazišla, podsećala me je da vredim i da mogu. Danas, sa 15 godina iskustva iza sebe, mogu da kažem da ne bih ništa menjala. Ovaj put me oblikovao i dao mi

više nego što sam mogla da zamislim - rekla je Sonja i posebno istakla važnost žena u poslovnom svetu.

- Žene su mi uvek bile najpouzdaniji poslovni partneri. Imaju neverovatnu sposobnost da sagledaju širu sliku, a opet ne zaboravljaju nijedan detalj. Njihova posvećenost, odgovornost i kreativnost su neprocenjivi kvaliteti koji su me mnogo puta inspirisali i pokrenuli. Zato bih

uvek birala žene za svoje poslovne partnere - zaključila je Arandelović.

Snežana Pavlović, direktorka kompanije Planinka AD, koja upravlja fabrikom za pakovanje Prolom vode i razvija turizam kroz banjska lečilišta, govorila je o snazi tima.

- Zaposleni nisu samo radnici, oni su domaćini i poštteni ljudi koji u timu zajedno rade na ostvarivanju naših ciljeva.





: BIZNIS.RS TREĆI PUT NAGRADIO NAJUSPEŠNIJE POSLOVNE ŽENE



Timski rad nam je omogućio da prođemo kroz sve izazove i opstajemo na tržištu - izjavila je Pavlović.

Ona je podelila iskustva iz perioda pandemije, ističući kako je kolektivni rad pomogao da se preživi jedan od najtežih perioda za turizam.

- Pandemija je pogodila turizam, ali smo uz kolektivni rad i posvećenost naših zaposlenih uspjeli da opstanemo u teškim vremenima. To je za nas bila velika lekcija, ali ipak kao jedan od

najvećih izazova u svojoj karijeri vidim majčinstvo. Mislim da je ta životna uloga upravo jedan od najvećih izazova sa kojima se žene suočavaju i da se svaka žena preduzetnica suočava sa istim pitanjem - kako da balansira poslovni i porodični život? To je izazov koji je teško prevazići, ali važno je pronaći ravnotežu - rekla je Snežana Pavlović.

Marijana Jović, osnivačica kreativne agencije Brigada HUB, podelila je svoje iskustvo u preduzetništvu.

- Prelazak iz agencijskog sveta u preduzetništvo bio je izazov. Ali, bilo je i mnogo nagrada. Naučila sam da verujem u sebe i u svoje sposobnosti, i danas sam ponosna na to što smo postigli - navela je Marijana Jović.

Ona je naglasila da je umrežavanje među agencijama još uvek nedovoljno razvijeno, što predstavlja izazov za napredak u industriji.

- U našem regionu još uvek nedostaje svest o tome koliko je važno umrežava-





nje među agencijama. To je ključno za međusobnu podršku i napredak. Ako ne radimo zajedno ne možemo da se razvijamo. Sa druge strane, PR i konsalting industrija suočava se sa još izazova. Klijenti konstantno traže nešto novo, kreativno i inovativno, a postići originalost koja već nije viđena je danas izuzetno teško - objasnila je Marijana.

Dobitnice priznanja „Žene u biznisu“ smatraju da je najveći izazov za uspeh, naročito među mladima -

strah. Veruju da je najvažnija podrška i suočavanje sa preprekama koje preduzetništvo donosi, jer jedino na taj način mogu biti prevaziđene.

Platforma „Žene u biznisu powered by Biznis.rs“, koja inspiriše i osnažuje preduzetnice, sada već tradicionalno kroz dodelu priznanja najuspešnijima ističe da žene u Srbiji predstavljaju važan pokretač ekonomskih promena. Jer žene su, uprkos izazovima, sve prisutnije u biznisu, a njihov uticaj na tržište je neosporan.

Prema istraživanju Republičkog zavoda za statistiku, više od 250.000 preduzetnica posluje u Srbiji, što je značajan porast u poslednjih deset godina. Statistika, takođe, pokazuje da žene u proseku vode manje preduzetničke projekte, ali su njihovih 12 odsto biznisa među najbrže rastućim u zemlji. Dakle, žene nisu samo preduzetnice, već inovatorke i liderke koje menjaju dinamiku tržišta.

 **MIRJANA CAKIĆ**





PAKET ARANŽMAN

NAJBOLJI BEND ZA SVADBE
NOVI SAD

www.paketaranzman.rs
grupa@paketaranzman.rs
+381 61 24 50 018 Srđan

 Paket Aranžman
 paket_aranzman



**SM & ND
COMPANY**
*međunarodni
transport*

Branimira Čosića 47/48
21000 Novi Sad
021/6040892, 062/771184
slobodan.kole@gmail.com

Tražimo profesionalne i iskusne vozače!



**FUTURA
EDUCATION**

Kneza Lazara 15
18230 Sokobanja
069/779-659
emailzaprogramiranje@gmail.com

- ENGLESKI I NEMAČKI JEZIK
ZA DECU I ODRASLE
- ONLINE ČASOVI
- PREVODI



SILAZNO TRŽIŠTE AKCIJA NA POMOLU – KOLIKO DUGO ĆE TRAJATI?



Vladan Pavlović

Ilirika

Došao je, naravno, i taj trenutak. Indeksi - globalni, a i lokalni, padaju. Akcije gube na vrednosti, kapital plasiran na berzama se topi. Razlozi su već dobro poznati. Početkom uvođenja tarifa ostatku sveta od strane Amerike uneo je veliku dozu neizvesnosti na polju trgovinskih odnosa, posledično i poslovnih tokova i odnosa među najvećim ekonomijama sveta: SAD - Kina - EU. Da li će se i kako odgovoriti na mere iz Amerike i šta je zatim novi odgovor iste - u takvoj dilemi nema apetita među ulagačima da previše rizikuju plasiranjem novca u vlasničke hartije od vrednosti (akcije), jer već koliko sutra mogu shvatiti da kompanija čije su akcije kupili može ostati bez 40 odsto prihoda zbog zabrane izvoza u Kinu ili da, pak, može biti predmet raznoraznih kazni i zabrana od strane EU tela (zbog uzvratnih mera). Dalje sledi i pitanje obnavljanja inflacije i još uvek visokih kamata na američki dolar, što samo još više komplikuje stanje na tržištu kapitala.

Vlasnički instrumenti gube na atraktivnosti, a obveznice, depoziti, metali i druge robe postaju bolja alternativa. Naravno, ovo nije prvi put da berze padaju - cena akcija se ne kreće pravolinijski i ne uvek na gore. Oscilacije i smenjivanje uzlaznog i silaznog tržišta sasvim su uobičajene pojave. Ne tako davno imali smo veliki pad u vreme pandemije i nešto kasnije na početku rata u Ukrajini. Ti padovi bili su praćeni potpunim oporavkom i rastom vrednosti vodećih indeksa. Još gori pad viđen je u vreme finansijske krize iz 2008-2009. Indeksi su tada izgubili i do 56 odsto u proseku. Pre toga smo imali i veliki pad od 2000. do 2002, pa 1998. godine, zatim dobro poznati pad 1987, sedamdesetih za vreme naftne krize i tridesetih za vreme Velike depresije. Između tih velikih padova postojao je i čitav niz manjih korekcija. Takav je jednostavno berzanski svet i život i ne treba od toga praviti poseban bauk.

Deo ulagača, naravno, sada gubi novac (pre svega oni koju su nedavno kupovali, naročito skupa tehnološka imena), međutim, deo je na strani kupaca i spreman je da upravo sada investira i kupuje. S&P 500 je poslednjih dana izgubio 19 odsto i takoreći je na ivici da i zvanično uđe u takozvano silazno tržište („bear market“ - pad od 20 odsto). U momentu pisanja ovog teksta se nalazimo na samom početku procesa koji je i doveo do aktuelnog pada tako da je teško prognozirati u kom smeru će se dalje indeksi kretati. Ako se brzo budu postigli trgovinski dogovori, pad će se najverovatnije zaustaviti i trend će biti preokrenut. Ako se uđe u spiralu uzvratnih mera, a to nije nemoguće, gotovo je izvestan još jači pad i još veća korekcija.

Nije u pitanju samo Wall Street, već isto čeka i berze u Evropi, uključujući i naše regionalne. Doduše, Belex je klinički mrtav, pa je nejasno do koje mere će njega pogoditi svetski trend - primera radi, berza u Sloveniji je već odreagovala, kao i ona u Hrvatskoj ili Rumuniji. Nije loše znati da tokom silaznog tržišta ne padaju svi sektori niti sve akcije podjednako, štaviše ima i onih koji stagniraju ili rastu, u zavisnosti od toga o kakvim je poremećajima reč. Više je nego jasno da je trenutno najveći udar na tehnološkom sektoru, koji je inače bio skup i pre početka aktuelnih trgovinskih previranja i, naravno, na onim segmentima koji će najviše biti pogođeni tarifama (poput automobila). Paralelno, prilično je manji prodajni pritisak na telekomima, farmaceutskim biznisima ili kompanijama iz oblasti široke potrošnje.

Konačno, silazno tržište ima i svoj kraj. Pre ili kasnije doći će ili do dogovora ili do nekog niveisanja snaga na novim osnovama. Statistika kaže da je između decembra 1945. i marta ove godine S&P 500 doživeo korekciju - pad između 10 i 19,9 odsto - 24 puta, sa prosečnim padom od 14 procenata. U 14 slučajeva silaznog tržišta tokom tog perioda, pad od vrhunca do najniže vrednosti trajao je u proseku 13 meseci pre nego što su stvari počele da se okreću. Nakon stabilizacije tržišta i preokreta, novi vrhunac je pronađen u proseku za 23 meseca.

Na osnovu istorijskih proseka investitori bi, dakle, mogli biti u nepovoljnom položaju i do nekoliko godina - obično oko tri do najviše četiri (ovde polazimo od pretpostavke da je novac plasiran u stabilne i kvalitetne kompanije, jer na berzi možete izgubiti veoma mnogo i tokom uzlaznog tržišta u slučaju da ste kupili loše ili veoma rizične kompanije). To je loša vest za one koji se barem delimično oslanjaju na svoj portfelj akcija da bi ostvarili kratkoročne ciljeve, kao što su kupovina kuće, finansiranje skorog penzionisanja ili neke druge potrebe. Ipak, za mnoge mlađe investitore, dugoročni ciljevi kao što je odlazak u penziju su decenijama daleko. Taj vremenski period može učiniti da nekoliko godina pada izgleda kao relativno beznačajno.

Ako konstantno kupujete kroz padove, naročito kvalitetne kompanije, efektivno snižavate cenu koju plaćate, što će povećati vaš prinos na duži rok. Do trenutka kada odete u penziju, kažu stručnjaci za investiranje, najgora tržišta na kojima ste investirali verovatno će izgledati kao kratkoročni manji zastoji na grafikonu indeksa, pa su ti vremenski periodi verovatno i najpovoljnije prilike za investiranje.



DICONTO

Preradovičeva 55/3/21
21132 Novi Sad, Petrovaradin

021/ 27 68 375

info@diconto.rs

<https://www.diconto.rs/>

Profesionalno knjigovodstvo za uslužne delatnosti
– jednostavno, brzo i bez stresa!



KOC PAL

proizvodnja
paleta

Šeste ličke divizije 17

15220 Koceljeva

066/ 80 53 800

015/ 556 031

ekopal.koce@gmail.com



LIVENJE ALUMINIJUMA
PARKOVSKI PROGRAM
LIVENJE REMENICA



Dositeja Obradovića 49A
36212 Kraljevo, Ratina
069/ 612 538
livnicadmkranjevo@gmail.com



DOBRA STRATEGIJA



**Aleksandar
Matanović**
vlasnik kripto
menjačnice ECD

Da budem potpuno iskren, ovo je bilo jedno od obećanja za koje nisam verovao da će biti ispunjeno. Kada je prošle godine Tramp najavio da će kreirati strateške rezerve bitcoina, bio sam ubeđen da je to samo u svrhu dobijanja glasova kripto entuzijasta. Međutim, svega nekoliko meseci kasnije SAD zaista imaju strateške rezerve bitcoina.

Ovaj potez svrstava bitcoin u veoma malobrojni kategoriju stvari koje su dovoljno bitne da bi najjača država sveta imala potrebe da ih proglasi strateškim rezervama. Iako su neke manje države (El Salvador i Butan) pretekle SAD i još pre nekoliko godina polako počele da gomilaju bitcoin, američke rezerve su neuporedivo veće i čine oko jedan odsto ukupne količine bitcoina u opticaju.

Amerika još uvek ništa nije investirala u bitcoin. Sve što poseduju (oko 200.000) su zaplenili tokom prethodnih godina. Ipak, mnogi veruju da se neće zaustaviti na tom iznosu. Postoje predlozi i inicijative da se ide do milion bitcoina, pa čak i do četiri miliona. Navodno, traže se načini da se taj iznos poveća, a da ne bude od novca poreskih obveznika. Iako popularnost kriptovaluta raste, ipak bi odluka da se pare iz državne kase investiraju u bitcoin verovatno naišla na različite reakcije - od oduševljenja do oštrih kritika. Pogotovo u vreme kad Elon Mask svojim avangardnim metodama pokušava da drastično smanji troškove administracije.

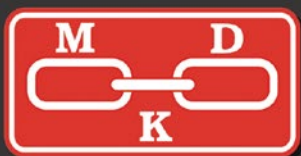
Bilo je i lobiranja da se i neke druge kriptovalute uključe u strateške rezerve, moguće da to lobiranje još traje. I dok čak i neki kritičari bit-

coina priznaju da postoje argumenti koji opravdavaju čuvanje bitcoina od strane države, zaista je teško naći valjane razloge za uključivanje drugih kriptovaluta u strateške rezerve.

Šansa da ovaj potez Amerike ne bude ispraćen sličnim potezima nekih drugih država je verovatno minimalna. Onog trenutka kad SAD neku vrstu imovine proglasi strateški bitnom, ceo svet se neminovno pita šta mu je činiti. Kao što često volim da kažem, investiranje u bitcoin je rizično, ignorisanje bitcoina je, takođe, rizično. Svako bira svoj rizik. Nakon što je Tramp napravio svoj izbor, mislim da će mnogima investiranje u bitcoin delovati manje rizično od ignorisanja istog.

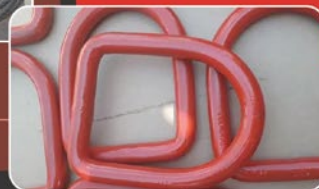
Nije tajna da neke druge države, institucije, kompanije, već razmišljaju o kreiranju svojih strateških rezervi. I sigurno je mnogo više onih za koje se ne zna da to razmatraju. S jedne strane, potez je i finansijski i politički rizičan. S druge strane, vremena nema mnogo. Za razliku od, recimo, zlata ili nafte kod kojih još uvek postoje enormne količine ispod zemlje koje tek treba da se eksploatišu, već je „izrudareno“ preko 90 odsto svih bitcoina koji će ikada postojati.

Očekivano, puno je kritičara i skeptika, ali čak i oni moraju da se zamisle. „Možda ja lično ne volim bitcoin. Možda ne verujem u njega. Ali ako ga sve češće nazivaju digitalnim zlatom, ako kompanije investiraju u njega, ako najveći svetski fondovi investiraju u njega, ako države investiraju u njega, da ipak kupim malo za slučaj da se ispostavi da nisam u pravu?“ Odgovorni investitori imaju potrebu da se zaštite od raznih tržišnih faktora, ali i od sopstvenih loših procena i odluka.



PRIVEZNI ELEMENTI

Novi Šor 78
21466 Vrbas, Kucura
063/ 508 246
063/ 654 768
www.modik.co.rs
modikkucura@gmail.com



Despota Stefana Lazarevića 63
22330 Nova Pazova
063/1020371
nikolann78@gmail.com

**ISPITIVANJE, SERVIS
I ODRŽAVANJE GASNIH
SISTEMA I OPREME**

NDN EKSTRA
GRADNJA

Alakince BB
17530 Surdulica, Alakince
069/3100164
zarkonikolic389@gmail.com

**ZAVRŠNI GRAĐEVINSKI
RADOVI**

MAŠINSKO GLETOVANJE I BOJENJE
SVIH POVRŠINA
GIPSARSKI I FASADERSKI RADOVI
DEKORATIVNE TEHNIKE



AI KAO ŠANSA ZA POSLOVNU TRANSFORMACIJU, ALI OVOG PUTA STVARNO



Željko Bošnjak

Innovation Lead,
ICT Hub

Veštačka inteligencija je danas svuda – u medijima, na konferencijama, u reklamama. Deluje kao da je svaki alat „AI-powered“, svaka kompanija „AI-ready“ i svako od nas „AI-native“, čak i kada to zapravo nije slučaj. U toj velikoj količini informacija, posebno male i srednje firme ostaju zbunjene. Ne zato što ne žele da se uključe, već zato što ne znaju odakle da krenu.

Mala i srednja preduzeća čine okosnicu privrede Srbije – više od 90 odsto svih kompanija spada u ovu kategoriju, a zapošljavaju preko dve trećine svih radno sposobnih ljudi. U isto vreme, većina njih se i dalje bori sa osnovnom digitalizacijom poslovanja – uspostavljanjem CRM-a, ERP-a, onlajn prodajom ili marketingom. Uvođenje AI-ja u takav kontekst često zvuči kao nešto daleko i rezervirano za „velike igrače“. Ovogodišnje istraživanje to i potvrđuje, nivo primene AI tehnologija je na niskom nivou kod malih i srednjih preduzeća.

Ali, upravo u tome leži prilika.

Fleksibilnost kao prednost malih i srednjih preduzeća

Za razliku od velikih sistema koji imaju složene hijerarhije, spore procese odlučivanja i stroge IT procedure, male i srednje firme imaju ono što se danas smatra bitnom osnovom za implementaciju novih tehnologija – agilnost i brzinu implementacije. Male promene mogu doneti velike efekte. Na primer, jednostavna automatizacija u procesu fakturisanja, korisničke podrške ili generisanja izveštaja može uštedeti sate rada nedeljno.

Naravno, prvi korak je najteži. Pa – odakle da se krene?

1. Počnite od problema, ne od tehnologije

Umesto da tražite gde da „ugurate“ AI, zapitajte se gde vam najviše vremena odlazi na rutinske zadatke. Postoji velika verovatnoća da upravo tu postoji prostor za automatizaciju. Mapiranje procesa i izazova je često proces koji može biti realizovan interno kroz intervjuisanje zaposlenih ili uz pomoć eksperata sa strane.

2. Mapirajte jednostavne use-case situacije

Najbolje je početi od zadataka koji se ponavljaju, gde imate jasne podatke, kao što su:

- automatsko odgovaranje na najčešća pitanja korisnika,
- kategorizacija mejlova i zahteva,
- kreiranje sadržaja za društvene mreže uz pomoć AI alata,
- osnovne analize podataka o prodaji ili korisnicima.

Ovde je jako bitno da ovo jesu procesi koji se ponavljaju, ali isto tako njihovim unapređenjem možete očekivati inkrementalni benefit, koji se vrlo često ogleda u smanjenju vremena za oba-

vljanje određenih taskova, što je nekad krucijalno, jer male i srednje firme uvek imaju izazov oko zapošljavanja novih ljudi.

3. Dozvolite eksperimentisanje unutar tima

Dajte ljudima prostora da testiraju alate poput ChatGPT-a, Notion AI-a, Copilota i sličnih. Neka sami osele gde im AI može pomoći – često se najbolje use-case situacije otkriju iznutra. Ne treba bežati ni od eksternih edukacija, jer često pogled sa strane na biznis uz ekspertizu fokusiranu na AI tehnologiju i alate mogu kompaniji doneti mnogo za kratko vreme.

4. Postavite osnovne smernice i ciljeve

AI ne mora odmah da postane deo poslovne strategije, ali bi trebalo da imate plan: ko koristi AI, za šta, i kako merite korist. Ovo može biti jednostavan dokument od jedne strane koji daje smer kretanja. Postoje kompanije koje već sada mere vreme za obavljanje određenih taskova i upoređivanjem početnog stanja, odnosno proseka za obavljanje tih istih zadataka, u odnosu na to kako je posle dva meseca korišćenja AI tehnologija, može dati jasnu sliku kakvi su benefiti.

5. Povezujte se i učite od drugih

Ovo je možda i najvažniji savet. Brzina razvoja AI-ja je ogromna i niko ne može sve da isprati sam. Učenje iz konkretnih primera drugih firmi i otvorena razmena znanja postaje ključ uspeha. Neki od referentnih sajtova koje možete pogledati kod nas su: Istraživačko-razvojni centar za AI, Nacionalna platforma za veštačku inteligenciju, ICT Hub - AI Hub.

Ako se i dalje pitate od čega krenuti i u kojoj fazi je vaša kompanija što se tiče primena AI tehnologija, predlažemo jednu kratku test - anketu, gde kroz pet minuta i odgovore na pitanja možete definisati u kojoj ste fazi primene AI tehnologija i koji bi bili naredni koraci. Test je dostupan na stranici ICT Hub-a, u okviru AI Hub (www.ictHub.rs/ai-hub), a kreiran je tako da vam ponudi uvid čak i ako još niste počeli da eksperimentišete sa AI rešenjima. Namenjen je svima koji žele da se bolje pripreme za sledeće faze digitalne transformacije – ali i da podstaknu sebe na razmišljanje o pitanjima koja možda do sada nisu razmatrali.

Uvođenje AI rešenja ne mora biti skok u nepoznato, već pažljivo isplaniran niz koraka koji počinju razumevanjem sopstvenih izazova. Male i srednje firme imaju jedinstvenu prednost – brzinu kojom mogu da se pokrenu i eksperimentišu. Ključ je u postepenom pristupu, pametnom izboru procesa za automatizaciju, učenju kroz praksu i otvorenoj razmeni iskustava sa drugima.

Ako ne znate odakle da krenete, prvi korak može biti i samo iskren pogled na trenutnu situaciju u kojoj se nalazite.

JUBILARNA DIDS 2025 KONFERENCIJA

POGLED U BUDUĆNOST INTERNETA U GODINAMA PRED NAMA

NA JUBILARNOJ PETNAESTOJ KONFERENCIJI DAN INTERNET DOMENA SRBIJE (DIDS 2025), ODRŽANOJ 18. MARTA U BEOGRADU, KOJU ORGANIZUJE REGISTAR NACIONALNOG INTERNET DOMENA SRBIJE, OKUPIO SE VELIKI BROJ DOMAĆIH I MEĐUNARODNIH STRUČNJAKA KOJI SU RAZMENILI ZNANJA I VIZIJE O BUDUĆNOSTI DIGITALNOG PROSTORA. POD SLOGANOM „BACK TO THE FUTURE”, OVOGODIŠNJA KONFERENCIJA PRUŽILA JE SVEOBUHVAATAN UVID U TRENDOVE I IZAZOVE KOJI ĆE OBLIKOVATI INTERNET U GODINAMA PRED NAMA

Keynote predavanje „Povratak u budućnost: ka snažnijem internetu” održala je Polina Malaja. Predavanje je započela osvrtom na istorijat interneta i ključne principe koji su omogućili njegov eksponencijalni rast - otvorenost, interoperabilnost i decentralizovanu strukturu.

Malaja je analizirala kako je prvobitna vizija interneta kao decentralizovane mreže postepeno evoluirala u današnje stanje, gde svedočimo usponu velikih tehnoloških korporacija i sveopštem trendu centralizacije.

- Internet počiva na skupu osnovnih principa koji su mu omogućili da raste eksponencijalno i skalabilno, te da postane kamen temeljac savremenog informacionog društva - istakla je Malaja.

Ključni deo predavanja bio je posvećen analizi izazova sa kojima se internet danas suočava - od pretnji po privatnost i tržišnu konkurenciju do novih tehnologija poput veštačke inteligencije (AI) i proširene stvarnosti (XR), koje bi mogle

značajno izmeniti internet ekosistem. Malaja je posebno upozorila na opasnosti od fragmentacije interneta, koja bi mogla ugroziti njegovu globalnu prirodu.

Zaključujući svoje izlaganje, Malaja je predstavila viziju svetlije budućnosti interneta koja se temelji na povratku osnovnim principima - otvorenosti, bezbednosti i inkluzivnosti, uz naglasak na promociju konkurencije i diverziteta na globalnoj mreži.

Stručni panel o budućnosti interneta

Panel diskusija „Budućnost interneta: Regulative, tehnologije i poslovni horizonti” okupila je ugledne stručnjake: Kristijana Kaufmana iz ICANN-a, Rastka Petakovića iz kancelarije Karanović & Partners, Miku Tasića, kreativnog tehnologa iz Engleske, a panel je moderirao Danko Jevtović, član Upravnog odbora RNIDS-a.

Diskusija je otvorila važno pitanje različitih pristupa regulaciji interneta širom

sveta. Rastko Petaković je govorio o regulativama i zaštiti privatnosti, osvrnuvši se na evropski pristup koji teži standardizaciji privatnosti na internetu i zaštiti prava korisnika. Panelisti su napravili kontrast između ovog pristupa i modela kontrole koji primenjuju neke zemlje, poput Kine, gde je naglasak na centralizovanom upravljanju internetom.

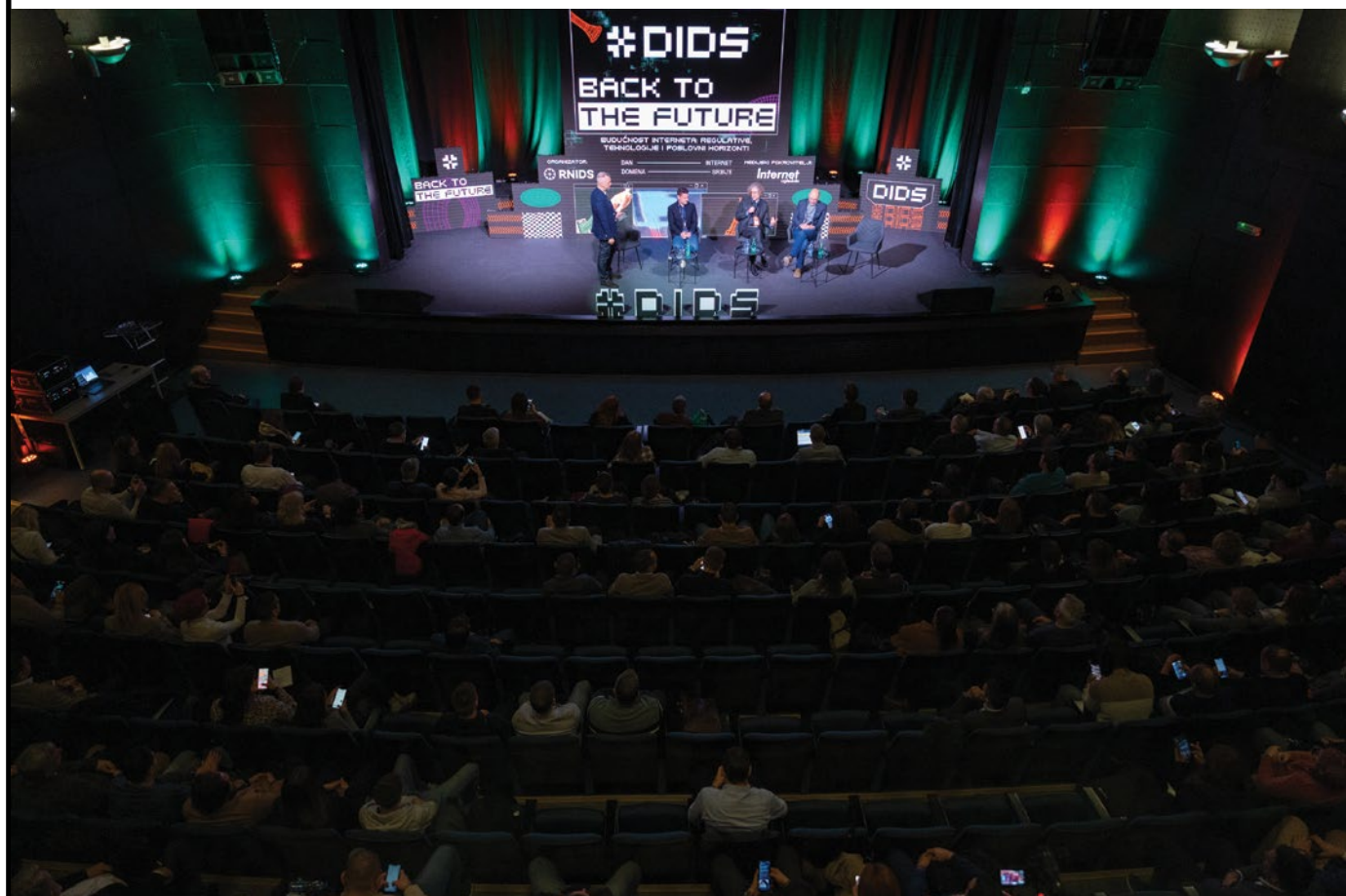
Mika Tasić je pokrenuo temu monetizacije podataka, ukazujući na današnje digitalno društvo gde su monetizacija i podaci nejasni mnogima. „To je glavna sila iza toga kako će se tehnologija razviti u budućnosti. Budućnost interneta zavisi dosta od novca”, istakao je Tasić. Posebno je naglasio paradoks savremenog interneta - korisnici su istovremeno postali i radnici i konzumeri, dok najveću zaradu ostvaruju velike tehnološke kompanije kroz prikupljanje i korišćenje njihovih podataka.

Kaufman se osvrnuo na istorijsku dimenziju, podsećajući kako se pre 20-25 godina verovalo da će internet unaprediti demokratiju i druge aspekte života, pre nego što su vlade počele da se mešaju u regulaciju interneta, uvodeći različite oblike nadzora i blokiranja. Zajednički zaključak panelista bio je da treba zadržati pozitivne aspekte interneta i raditi na multistejkholder modelu koji će omogućiti da internet ostane globalan i univerzalan.

Indeks digitalnog razvoja otkriva potencijale srpske digitalne ekonomije

Predrag Milićević i Nikola Jovanović predstavili su projekat „Indeks digitalnog razvoja Srbije”, koji kroz objektivne pokazatelje meri digitalizaciju domaćih preduzeća. Njihovo istraživanje pokazalo je da digitalni indeks Srbije trenutno izno-





si 46,97 od mogućih 100, što ukazuje na značajan prostor za digitalni napredak.

Zanimljivo je da dve trećine firmi ima svoje veb-sajtove i da čak 79 odsto koristi društvene mreže u poslovne svrhe. Facebook je sa 80 odsto ubedljivo najpopularnija društvena platforma među srpskim preduzećima, dok LinkedIn koristi 31 procenat firmi. Milićević je posebno istakao praktičnu vrednost sajta индекс.срб, koji preduzećima omogućava da procene svoje digitalne kapacitete u poređenju sa sličnim firmama.

Ivan Minić je u predavanju „Digitalna transformacija na srpski način” ponudio osvežavajući pogled na izazove digitalizacije poslovanja u Srbiji. Sa dozom humora, Minić je ukazao na fenomen brzog usvajanja poslovnih termina bez pravog razumevanja njihovog značenja.

Kroz niz primera, on je predstavio uspešne slučajeve domaćih kompanija koje su prihvatile digitalizaciju i implementirale je na način prilagođen lokalnom kontekstu. Ovi primeri učinili su složenu temu pristupačnijom publici i pokazali da postoje pozitivni principi kojima se preduzeća u Srbiji mogu voditi u procesu digitalne transformacije,

prilagođavajući globalne trendove specifičnostima lokalnog tržišta.

Uspeh humanitarne inicijative „Lokalac na internetu”

Marijana Borković predstavila je projekat „Lokalac na internetu”, humanitarnu inicijativu RNIDS-a koja od 2020. godine beleži kontinuirani razvoj. Kroz prodaju brendiranih proizvoda projekat prikuplja sredstva za podršku mladim talentima, što je već dalo impresivne rezultate.

Posebno inspirativna bila je priča dve učenice druge godine Matematičke gimnazije koje su, zahvaljujući ovom projektu, sa grupom đaka, profesorkom i direktorkom, posetile Evropsku laboratoriju za nuklearna istraživanja (CERN). To jedinstveno iskustvo povezalo ih je sa svetom vrhunskih naučnih istraživanja i pružilo im uvid u najsavremenije naučne tokove, što je neprocenljivo iskustvo za budući razvoj učenika Matematičke gimnazije.

Na konferenciji je predstavljena i nova kolekcija proizvoda brenda Lokalac, nastala u saradnji sa brendom Dechko Tzar. Borković je najavila i buduće planove projekta, koji uključuju podršku

udruženju Lice ulice i kreiranje murala u Beogradu, pokazujući kako se inicijativa kontinuirano razvija i širi područje svog društvenog uticaja.

U nastavku programa prikazan je uvodni film o dobrim primerima upotrebe .rs domena, nakon čega su Ivan Stanimirović i Miomir Popeskov održali prezentaciju „Domen.rs studija slučaja: Kako nastaje brend”. Oni su podelili praktične savete o tome kako internet domen može postati srž uspešne brend strategije, često prevazilazeći ograničenja tradicionalne SEO optimizacije.

Konferencija je zaključena dinamičnim DIDS kvizom koji je testirao znanje učesnika o internet domenima, digitalnim trendovima i istoriji interneta, što je na zabavan i interaktivan način zao kružilo ovogodišnji program DIDS-a.

Petnaesto izdanje DIDS konferencije još jednom je potvrdilo svoju poziciju ključnog događaja za digitalnu zajednicu u Srbiji, kombinujući stručne uvide, praktične primere i inspirativne inicijative koje zajedno oblikuju digitalnu budućnost zemlje. Odloženi snimak konferencije može da se pogleda na RNIDS Jutjub kanalu.

R.B.


Hotel Plaža



Drumska bb
35230 Čuprija
063 608 285
slavi.djurdjevic@gmail.com



Pavla Vujisića 61b
11000 Beograd, Zemun
064/9050484
musljibinaj@gmail.com



Sedište:
Svetosavska 188
22304 Novi Banovci

Kancelarija:
Kralja Milutina 57
11000 Beograd

062/ 260 422
zekset@gmail.com

SNEŽANA ČOKEŠA PR

AGENCIJA ZA
RAČUNOVODSTVENE
POSLOVE

KNJIGOVODSTVO
RAČUNOVODSTVO
REVIZIJA
PORESKO SAVETOVANJE

Pančićevo 4
11000 Beograd, Stari Grad

062 601 012
064 111 3245

snezanacokesa@hotmail.com



STANDARD LOGISTIC

www.standard-logistic.rs

Standard Logistic je jedna od vodećih transportnih i logističkih kompanija u jugoistočnoj Evropi koja nudi kompletna logistička rešenja klijentima u Evropi i šire. Za manje od 15 godina uspeli smo da izgradimo flotu od preko 650 vagona i razvijemo veliku mrežu međunarodnih partnera. Trenutno imamo kancelarije u Srbiji, Hrvatskoj i Sloveniji.



Srbija

Croatia

Slovenia

Bulevar Heroja sa Košara 2A (stan 3 i 4)
11070 Belgrade, Serbia
+381 11 414 3 410 +381 11 414 3 411 +381 60 079 7 003
office@standard-logistic.rs

Puska 14
Rijeka, Croatia

Ankaranska 5 6000 Koper-Capodistria, Slovenia
+386 40 660 642
slovenia@standard-logistic.com

KLIMATSKI PAMETNO ŠUMARSTVO

URBANE ŠUME KAO REŠENJE ZA GRADOVE BUDUĆNOSTI

GRAD U KOME SE GAJI DRVEĆE I ŠUME I KOJIMA SE NJIME UPRAVLJA U SKLADU SA URBANIM OKRUŽENJEM JE ZDRAVIJE I BEZBEDNIJE MESTO ZA ŽIVOT. DRVEĆE PREDSTAVLJA PRIRODNI FILTER APSORBUJUĆI ŠETNE ZAGAĐUJUĆE MATERIJU IZ VAZDUHA KOJE SE OSLOBODAJU SAGOREVANJEM FOSILNIH GORIVA IZ SAOBRAĆAJA I INDUSTRIJE. NE MANJE VAŽNO, OTVORENI PROSTORI ZA REKREATIVNE AKTIVNOSTI PROMOVIŠU ZDRAVIJE STILOVE ŽIVOTA, DOK JE NJIHOVA ESTETSKA PRIVLAČNOST KORISNA ZA MENTALNO ZDRAVLJE

 **DR MILICA KAŠANIN-GRUBIN, rukovoditeljka projekta UrbanFos**

Kako će izgledati gradovi budućnosti? Da li ćemo u njima udisati čist vazduh, imati dovoljno hladna tokom vrelih letnjih dana i mesta za predah u prirodi? Urbanizacija, kao nezaustavljiv globalni trend, menja naše okruženje, ali i pokreće važna pitanja: koliko su gradovi otporni na klimatske promene i na koji način moderni gradovi utiču na zdravlje stanovnika?

Urbanizacija je globalni trend koji je rezultat prirodnog priraštaja stanovništva i migracije iz ruralnih predela u gradove sa ciljem sticanja boljeg životnog standarda. Početkom XIX veka svega dva odsto svetske populacije je živelo u gradovima, a danas, prema podacima Svetske banke, taj je procenat znatno viši i iznosi 54 odsto, sa očekivanjima da se trend rasta nastavi i dostigne 60 procenata do 2030. godine. Život u gradu omogućava otvaranje radnih mesta, pokreće inovacije, uključujući zelene tehnologije, dovodi do tehnološkog i infrastrukturnog napretka, kvalitetnijeg obrazovanja i boljih medicinskih usluga.

Ipak, neosporna je činjenica da rast i razvoj gradova imaju veliki uticaj na životnu sredinu, najpre zbog zagađenja usled brzog rasta broja stanovnika, njihovih aktivnosti i povećane potrebe za prirodnim resursima. Zato je pravilno planiranje i upravljanje gradovima neophodno da bi se oni razvijali na način da se stanovnici dobro osećaju u njima. Značajnu ulogu u smanjenju negativnih uticaja urbanizacije imaju urbane šume, koje pružaju višestruku korist za stanovnike grada. Urbane

šume obuhvataju sve šumske površine unutar i u neposrednoj blizini gradova – parkove, drvorede, zaštićene zelene zone.

Grad u kome se gaji drveće i šume i kojima se njime upravlja u skladu sa urbanim okruženjem je zdravije i bezbednije mesto za život. Drveće predstavlja prirodni filter apsorbujući štetne zagađujuće materije iz vazduha koje se oslobodaju sagorevanjem

fosilnih goriva iz saobraćaja i industrije. Ne manje važno, otvoreni prostori za rekreativne aktivnosti promovišu zdravije stilove života, dok je njihova estetska privlačnost korisna za mentalno zdravlje. Površine sa drvećem, takođe, poboljšavaju klimu u gradovima nudeći hlad tokom letnjih vrućina i zaklon od jakih kiša.

U kontekstu klimatskih promena sa kojima se suočavamo poslednjih decenija i koje imaju brojne posledice na različite delove Zemljine površine, stanovnici gradova najpre osećaju posledice kroz pojavu ekstremnih temperatura, intenziteta padavina, kao i prisustvo zagađujućih materija u vazduhu. Iako klimatske promene značajno utiču na sve šumske ekosisteme, pogotovo su ugroženi oni koji su u blizini gradova, zbog svog ponekad ograničenog prostora, sa često izgrađenim stazama i vegetacijom koja je ili redukovana ili prilagođena određenim vrstama. Kvalitet šuma direktno zavisi od kvaliteta zemljišta. Noviji naučni rezultati ukazuju na činjenicu da je promena kvaliteta i sadržaja organske materije u šumskim zemljištima jedna od najvažnijih posledica klimatskih promena. Brzina degradacije zemljišta u velikoj meri zavisi od tipa geološke podloge na kojoj je zemljište razvije-

OSNOVANA PRVA LABORATORIJA ZA SIMULIRANJE KLIMATSKIH USLOVA U REGIONU

Simulacije različitih klimatskih uslova u okviru projekta dovele su do osnivanja Laboratorije za klimatske simulacije na Institutu za hemiju, tehnologiju i metalurgiju. Laboratorija je osnovana uz veliku podršku IHTM-a i rukovodioca Centra za hemiju dr Bojana Bondžića, a oprema je u potpunosti nabavljena iz sredstava predviđenih budžetom UrbanFoS projekta finansiranog od strane Fonda za nauku. U laboratoriji je sada moguće simulirati padavine sa visine od 0,1 do 2,8 metara, intenziteta od jedan do šest mm min-1, pri čemu je prečnik kapi simuliranih padavina 0,5 - 3 mm. Vremenska uniformnost padavina > 95 odsto, a prostorna uniformnost padavina > 85 odsto. Kvašena površina je jedan metar kvadratni što omogućava rad sa uzorcima zemljišta različite veličine. Osim kišnih padavina, uzorke je moguće izlagati i snegu.

Sušenje uzoraka se obavlja od niskih temperatura (-4°C) do veoma visokih (-40°C). Pored izlaganja padavinama, moguće je raditi i eksperimente potapanja, a uskoro će se laboratorija proširiti nabavkom klima komore koja će omogućiti izlaganje uzoraka klimatskim uslovima u potpuno zatvorenom i kontrolisanom sistemu. Laboratorija za klimatske simulacije je verovatno jedina sa takvom opremom u regionu, i samim tim veoma značajna.

Članovi laboratorije su otvoreni za svaku vrstu saradnje kako sa kolegama iz Srbije, tako i iz inostranstva. Već je postavljena osnova za uspostavljanje mreže istraživača sličnih interesovanja, sa očekivanjem da se istraživanja prošire na druge oblasti kao što su biotehnologija, mikrobiologija, biohemija... Članovi tima UrbanFoS projekta će koristiti i simulacije kišnih padavina na terenu za koju svrhu je dizajniran i napravljen jedinstveni terenski simulator koji se nalazi na Šumarskom fakultetu u Beogradu.



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

no. Geološka podloga ne samo da utiče na fizička i hemijska svojstva zemljišta i rast vegetacije, već može i promeniti odgovor vegetacije na klimatske faktore.

Kao jedno od rešenja za probleme u sektoru šumarstva izazvane promenama u klimi, razvijen je koncept „klimatski pametno šumarstvo“. Ovaj koncept predstavlja niz strategija i načina upravljanja šumama koji omogućava smanjenje emisije ugljenika, povećava otpornost šuma na klimatske promene i podržava šumsku ekonomiju povećanjem produktivnosti i prihoda šuma.

Primena koncepta klimatski pametno šumarstvo na urbane šume se nametnula kao sledeći korak u rešavanju pitanja problema urbane životne sredine. Upravo je primena ovog koncepta tema naučnog projekta „Urban Forest Soil Indicators as a tool for Climate-Smart Forestry“ (UrbanFoS) ili „Indikatori urbanog šumskog zemljišta u funkciji klimatski pametnog šumarstva“, finansiranog od strane Fonda za nauku u okviru programa Prizma. Cilj UrbanFoS projekta je definisanje indikatora zemljišta u urbanim šumama, pod okriljem koncepta klimatski pametnog šumarstva.

Projektni tim čini šest članova, i to pet sa Instituta za hemiju, tehnologiju i metalurgiju (IHTM) Univerziteta u Beogradu - instituta od nacionalnog značaja za Republiku Srbiju: dr Milica Kašanin-Gru-

bin, inženjer geologije i rukovoditeljka projekta, dr Snežana Štrbac, ekolog, dr Sanja Stojadinović, hemičar, dr Vukašin Rončević, inženjer šumarstva, i Nevena Antić, master hemičar, i jedan član sa Šumarskog fakulteta Univerziteta u Beogradu - docent dr Nikola Živanović, inženjer šumarstva.

UrbanFoS se približava polovini trajanja projekta i do sada su članovi ovog tima započeli projektne aktivnosti na određivanju osetljivosti zemljišta na procese degradacije identifikacijom postojećeg stanja vegetacije i fizičko-hemijskih i mehaničkih svojstava zemljišta u urbanim šumama. Do sada su terenska istraživanja urađena u tri urbane šume - dve u Beogradu, u Arboretumu Šumarskog fakulteta i Stepinom lugu, kao i Letnjikovačkoj šumi u Šapcu. Tokom proleća 2025. godine planirano je uzorkovanje u Kameničkom parku u Novom Sadu i parku Borići u Sokobanji. Uzorci zemljišta će zatim biti podvrgnuti laboratorijskim i terenskim simulacijama potencijalnih klimatskih scenarija, a koje imaju za cilj definisanje indikatora degradacije zemljišta za urbane šume u uslovima klimatskih promena. Sledeći važan korak je definisanje ekosistemskih usluga korisnih za praćenje i procenu koncepta klimatski pametnog urbanog šumarstva. Rezultati dobijeni tokom istraživanja će biti implementirani kroz

otvaranje diskusije o vrednostima urbanih šuma, uz podsticaj zainteresovanih strana da razumeju njihov značaj i neophodnosti sveobuhvatne zaštite ovih vrednih, a osetljivih, urbanih ekosistema. Istraživači planiraju i osvešćivanje građana o značaju i pravoj vrednosti ovih prostora.

Rezultati UrbanFoS projekta će po njegovom završetku biti javno dostupni sa namerom da se slična istraživanja nastave u cilju zaštite i unapređenja stanja postojećih urbanih šuma u Srbiji.

Koliko su urbane šume značajne najbolje se vidi na primeru zemalja koje imaju pozitivne primere dobre prakse. Kanada, koja je druga po veličini zemlja na svetu, a treća po pokrivenosti šumama, je država koja ima razvijene programe upravljanja urbanim šumama kako kroz zakonodavstvo, tako i kroz konstantnu edukaciju stanovnika. Sa druge strane Kina, koja se usled ubrzane urbanizacije i ekonomskog rasta suočava sa problemima zagađenja vazduha i nedostatka prostora za rekreaciju, 2004. godine je pokrenula uspešnu inicijativu koja promoviše urbane šume kao rešenje zasnovano na prirodi. Name- ra UrbanFoS tima je da implementira rezultate koristeći i znanja iz drugih zemalja na način da se i upravljači i građani podjednako uključe u očuvanje urbanih šuma kao osetljivih, jedinstvenih i nezamenljivih ekosistema. ■

PRVA NEDELJA APRILA NA NJUJORSKOJ BERZI NAJGORA JOŠ OD VREMENA PANDEMIJE

TRAMPOVA POLITIKA POTOPILA AKCIJE I PODSTAKLA RAST CENE ZLATA

INDEKS S&P 500 PAO JE ZA ŠEST Odsto NAKON ŠTO JE KINA UZVRATILA VELIKIM POVEĆANJEM CARINA KOJE JE RANIJE ISTE NEDELJE NAJAVIO AMERIČKI PREDSEDNIK. Taj potez dodatno je zaoštrio trgovinski rat koji bi mogao da se završi globalnom recesijom sa štetnim posledicama za sve. Čak ni bolji od očekivanog izveštaj o tržištu rada u SAD, koji obično predstavlja mesečni ekonomski vrhunac, nije uspeo da zaustavi pad akcija

Volstrit je završio turbulentan kvartal u kojem je S&P 500 indeks dostigao rekordne vrednosti pre nego što je pao u korektivnu fazu, ostavljajući investitore suočene sa velikom neizvesnošću po pitanju budućih ekonomskih politika. S&P 500 je kraj tromesečja dočekao sa padom od 4,6 odsto, što predstavlja njegov najgori početak godine od prvog kvartala 2022. Investitori su započeli godinu sa velikim očekivanjima u vezi sa politikama ekonomske ekspanzije administracije američkog predsednika Donalda Trampa, ali su ih uzdrmale brojne negativne najave o uvođenju carina.

Opadajuće poverenje potrošača, zajedno sa zabrinutošću da bi Trampova protekcionistička politika mogla podstaći inflaciju, izazvali su strah od moguće recesije, pa čak i stagflacije (kombinacija recesije i inflacije). Investitori sada procenjuju štetu na tržištu i pokušavaju da prognoziraju da li bi uskoro moglo doći do preokreta sentimenta.

Uprkos padu tržišta, Cboe Volatility Index (VIX), poznat kao „indeks straha“, nije prešao granicu od 30, što je nivo koji signalizira povećanu paniku investitora. Istorijski podaci pokazuju da je u poslednjih deset korekcija S&P 500 koje nisu prerasle u „bear market“ (pad akcija) VIX dostigao iznad 30 u devet slučajeva, sa prosečnim vrhom na 37. Budući da je VIX i dalje ispod tog nivoa, analitičari upozoravaju da najgori deo rasprodaje, možda, tek predstoji.

- Potražnja institucija za zaštitom od volatilitnosti ponovo raste, ali još uvek ne vidimo znakove potpune kapitulacije tržišta - rekao je za agenciju Reuters Stiv Sosnik, glavni strateg Interactive Brokersa.

Težak pad „Veličanstvene sedmorka“

Posebno je pogođen sektor tehnoloških giganta poznatih kao „Veličanstvena



sedmorka” - Apple, Microsoft, Alphabet, Amazon, Nvidia, Meta Platforms i Tesla. Njihove akcije su u proseku pale oko 16 procenata tokom prvog kvartala ove godine. Budući da ove kompanije imaju veliku težinu u S&P 500 indeksu, njihovo loše poslovanje dodatno je pogoršalo ukupne performanse indeksa. Zbog toga je tržišno ponderisani S&P 500 zaostajao za 3,5 procenta u odnosu na verziju indeksa sa jednakom težinom, što je treći najveći rasporak u poslednjih 16 kvartala.

Ipak, uprkos padu cena akcija, „Veličanstvena sedmorka” i dalje dominira tržištem, njihov udeo u S&P 500 sada iznosi 30,5 odsto, što je blagi pad sa početnih 33,5 odsto u ovom kvartalu. „Iako se sentiment investitora okrenuo protiv tehnoloških giganta, njihov dugoročni potencijal rasta zarade i dalje ostaje snažan“, navela je Sima Šah, glavni globalni strateg u kompaniji Principal Asset Management.

Iako je S&P 500 izbegao zatvaranje ispod najniže vrednosti iz 13. marta, što bi potvr-

dilo korektivnu fazu, poslednjih nekoliko sesija ga je približilo tom nivou, ostavljajući investitore zabrinutim zbog mogućeg daljeg pada. „Investitori se, možda, pitaju da li će tržište ponovo testirati nivo od 13. marta, s obzirom na to da su brzi oporavci retki“, rekao je Mark Haket, glavni strateg u Nationwideu.

Međutim, istorija pruža određenu utehu. Od 1928. godine S&P 500 je u proseku rastao za 1,5 odsto u prvom kvartalu, dok je drugi kvartal beležio jači prosečan rast od 2,3 odsto. Analiza podataka LSEG-a pokazuje da su kvartali sa velikim padovima obično praćeni nadprosečnim povratima. Od 2000. godine kvartali sa padovima većim od pet odsto u proseku su bili praćeni rastom od 2,2 odsto, u poređenju sa prosečnim rastom od 1,5 odsto za sve kvartale. „Trenutni pad tržišta više liči na tipičnu korekciju od 10 procenata nego na dugotrajn bear market“, zaključio je Haket.

Međutim, ima i drugačijih mišljenja, pa je tako Stjuart Kajzer, šef strategije za

američke akcije u Citibanci naveo u poruci klijentima da „ne kupuju akcije koje padaju, jer rizici koji su izazvali ovu rasprodaju i dalje postoje“. Pad tržišta nije izazvan samo jednim faktorom. Naprotiv, to je mešavina negativnih trendova, slabljenja očekivanih zarada, pada poverenja potrošača i preduzeća, kao i pogoršanja ekonomskih podataka. Krajem januara, uzlet kineskog modela DeepSeek i njegove jeftine AI (veštačka inteligencija) ponude uzdrmao je tehnološki sektor. Zatim, kada su carine dodatno smanjile apetit investitora za rizikom, tržišni pobednici iz prethodnih godina povukli su tržište nadole. Zbog njihove velike težine, malo je verovatno da bi S&P 500 mogao da održi snažan oporavak bez njihovog učešća.

- Pozitivni smo u vezi sa velikim tehnološkim kompanijama, ali to je srednjoročna i dugoročna priča. Na kratak rok, teško je pronaći jasan katalizator za oporavak - rekao je Venu Krišna, šef strategije za američke akcije u banci Barclays.

Jedan od ključnih problema tržišta nije samo pad tehnoloških akcija, već i pad očekivanja rasta. Na početku 2025. godine konsenzus je bio da će američka ekonomija beležiti rast iznad trenda. Ipak, podaci su pokazali drugačiju sliku. Potrošnja je u januaru pala prvi put u skoro dve godine, dok je februar doneo slabiji oporavak nego što su ekonomisti očekivali. Goldman Sachs sada procenjuje da je američka ekonomija rasla po stopi od samo 0,2 odsto na godišnjem nivou, dok je prethodna prognoza bila 2,4 odsto. Inflacija, takođe, ne pokazuje značajnije poboljšanje, bazni indeks inflacije Federalnih rezervi pokazao je rast cena od 2,8 odsto u februaru, što je više u odnosu na januar.

Indeks ekonomskih iznenađenja i indeks optimizma

Indeks ekonomskih iznenađenja koji izračunava Citibanka opao je od svog vrhunca u januaru, jer podaci nisu ispunili očekivanja analitičara. S obzirom na to da je indeks malo iznad najnižeg nivoa u godini, postavlja se pitanje da li su prognoze pada rasta već dovoljno korigovane da bi tržište moglo da reaguje pozitivno.

- Ekonomski fundamenti slabe u odnosu na očekivanja, a zarade će verovatno biti revidirane naniže u trenutku kada su valuacije poboljšane, ali ne i dovoljno atraktivne. Zbog toga očekujemo nestabil-



FOTO: WHITEHOUSE.GOV

no tržište u narednim nedeljama i mesecima, bez brzog povratka na nove maksimume - ocenio je Kit Lerner, investicioni direktor u kompaniji Truist.

Tržište trenutno ima problem jer pomenuti negativni trendovi nisu povoljni za akcije u bilo kom okruženju, ali su posebno zabrinjavajući kada se očekuje da će Trampova carinska politika dodatno otežati situaciju. Zbog neizvesnosti je poverenje potrošača palo na najniži nivo od 2022. godine. Poslednje istraživanje Univerziteta u Mičigenu pokazalo je da dve trećine ispitanika očekuje rast nezaposlenosti u narednih godinu dana, što je najviši procenat od 2009. godine. Poverenje izvršnih direktora, takođe, se urušilo, a indeks optimizma koji izračunava Chief Executive Magazine pao je na najniži nivo od 2012. godine. Postoji sve veća zabrinutost da bi slabljenje poverenja potrošača i kompanija moglo da utiče na stvarni ekonomski rast. Šanse za recesiju su porasle, a banka Goldman Sachs nedavno je u svojoj prognozi povećala verovatnoću recesije u narednih 12 meseci sa 20 na 35 procenata.

Pesimizam među analitičarima

Ed Jarden, predsednik kompanije Yardeni Research, sumirao je trenutni pesimizam u svojoj poslednjoj analizi, u kojoj je drugi put u mesec dana smanjio svoju prognozu za S&P 500 do kraja godine.

- Priznajemo da je sve teže biti optimista, ali radimo najbolje što možemo u ovim okolnostima - napisao je Jarden.

On je jedan od mnogih stratega koji su revidirali prognoze naniže zbog nesigurnosti oko carina i slabljenja rasta. Ekonomisti banke Goldman Sachs ne veruju da će početak novog kvartala doneti značajne promene na tržištu. Glavni strateg za američke akcije Dejvid Kostin predviđa da će S&P 500 dostići dno ovog leta, malo pre najnižeg nivoa ekonomskog rasta u njihovim prognozama. Njegov tim procenjuje da će indeks pasti još oko pet procenata u naredna tri meseca, sa ciljem od 5.300 poena. „I dalje savetujemo investitorima da prate poboljšanja u prognozama rasta, veće nesrazmere u tržišnim cenama ili izraženiji pesimizam pre nego što pokušaju



DRUGI KVARTAL POČEO NAJGOROM NEDELJOM OD PANDEMIJE

Prva nedelja aprila na Njujorškoj berzi obeležena je najgorom krizom od vremena pandemije korona virusa. Indeks S&P 500 pao je za šest odsto nakon što je Kina uzvratila velikim povećanjem carina koje je ranije iste nedelje najavio američki predsednik Donald Trump. Taj potez dodatno je zaoštio trgovinski rat koji bi mogao da se završi globalnom recesijom sa štetnim posledicama za sve. Čak ni bolji od očekivanog izveštaj o tržištu rada u SAD, koji obično predstavlja mesečni ekonomski vrhunac, nije uspeo da zaustavi pad akcija. Ovaj pad zatvorio je najgoru nedelju za S&P 500 još od marta 2020. godine, kada je pandemija razorila svetsku ekonomiju. Industrijski indeks Dow Jones potonuo je za 5,5 odsto, dok je Nasdaq pao za 5,8 procenata, spustivši se više od 20 procenata ispod rekorda iz decembra. Akcije svih osim 14 kompanija iz S&P 500 indeksa pale su u prvoj nedelji. Cena nafte pala je na najniži nivo od 2021. godine. I drugi ključni resursi za privredni rast, poput bakra, beleže pad cena zbog bojazni da će trgovinski rat oslabiti globalnu ekonomiju. Trendovi na berzama u Evropi i Aziji, takođe, su izrazito negativni.

Trump se 2. aprila obratio američkoj i svetскоj javnosti po isteku roka koji je prethodno sam odredio, proglašivši važećim dugo najavljivane carinske tarife za robu iz drugih zemalja.

- Moji dragi Amerikanci, ovo je dan oslobođenja. Ovaj dan će zauvek biti upamćen kao dan na koji je američka industrija ponovno rođena. Oni uvode nama carine, mi njima. Ne može biti jednostavnije od toga. Ovo je jedan od najvažnijih dana u američkoj istoriji. To je naša deklaracija ekonomske nezavisnosti - rekao je američki predsednik.

Trump je istakao da je politika visokih carina za automobile iz SAD u drugim zemljama dosegla nivoa i veće od 70 odsto na originalnu cenu, dok su u isto vreme američke carine na strana vozila „decenijama bile na niskim nivoima, recimo za motore tek na 2,4 odsto“. Za takvo stanje, kako je rekao u svom obraćanju, „ne krivi strane vlade, nego neodgovornu politiku prethodnih američkih administracija“, unazad sve do kraja osamdesetih godina prošlog veka. Ovo je po njegovim rečima, slomilo američku industriju, a sada je došao trenutak za njen oporavak. Američki predsednik potpisao je carine u visini od 25 odsto na

strane automobile, na sav uvoz iz zemalja koje kupuju naftu ili gas iz Venecuele, kao i na strani čelik i aluminijum.

Kineski odgovor na američke tarife odmah je ubrzao pad tržišta širom sveta. Ministarstvo trgovine u Pekingu saopštilo je da će uzvratiti sa tarifom od 34 procenta na sve američke proizvode, počev od 10. aprila, kao odgovor na američke tarife u istom iznosu na kineski uvoz. SAD i Kina dve su najveće svetske ekonomije. Ključno pitanje koje se sada postavlja jeste: da li će trgovinski rat izazvati globalnu recesiju? Ako hoće, cene akcija mogle bi pasti još više nego do sada. S&P 500 trenutno je u padu od 17,4 odsto u odnosu na rekord iz februara.

Mnogo toga će zavisiti od trajanja američkih tarifa i kako će druge zemlje uzvratiti. Na Njujorškoj berzi još se nadaju da će Trump ublažiti tarife nakon što postigne „pobedu“ u pregovorima sa drugim državama. On šalje mešovite signale. Dva dana posle objave carina rekao je da Vijetnam „želi da smanji svoje tarife na nulu ako postigne dogovor sa SAD“. Takođe, kritikovao je kineske mere odmazde, a u ponedeljak, 7. aprila je najavio da će u slučaju da Kina ne promeni odluku o uvođenju uzvratnih tarifa, povećati carine na kinesku robu na 50 odsto.

da hvataju dno tržišta“, napisao je Kostin.

Za strane investitore koji poseduju američke akcije, pad tržišta u 2025. godini bio je posebno bolan jer je američki dolar oslabio zajedno sa S&P 500 indeksom. ICE U.S. Dollar Index je pao za oko četiri procenta u prvom kvartalu. Ovo je retka situacija, jer su poslednji put dolar i američke akcije padali istovremeno tokom jednog kvartala 2018. godine. Tokom poslednje decenije, jačanje američke valute podsticalo je strane investitore da kupuju američke akcije bez zaštite od valutnog rizika. Sada, ako tržište ne pokaže znakove oporavka, postoji bojazan da bi mogli povući svoj kapital i preusmeriti ga ka Evropi ili drugim regionima, što bi dodatno pogoršalo situaciju na američkom tržištu.

Nekada su američke akcije bile u vlasništvu isključivo američkih investitora. Međutim, od početka 21. veka, strani investitori su značajno povećali svoje udele. Prema podacima Federalnih rezervi, koje je naveo Goldman Sachs, strani investitori su krajem 2024. godine držali 18 odsto američkih akcija, što je najviši nivo u istoriji. To je značajan skok u odnosu na sedam odsto u 2000. godini i samo dva od-

sto 1960. godine. Američke akcije su krajem prošle godine činile 57 odsto ukupne vrednosti globalnog tržišta akcija, što je premašilo vrhunac iz perioda dot-com balona 2000. godine. Međutim, taj udeo je sada pao na 54 odsto.

- Ako se američko tržište ne oporavi, moramo razmišljati o tome šta će učiniti strani investitori - rekla je Hardika Sing, ekonomski strateg u kompaniji Fundstrat Global Advisors. Ona veruje da je jačanje međunarodnih akcija prvenstveno posledica „catch-up“ trgovine (trgovanje manje skupim akcijama) nakon dugog perioda dominacije američkih akcija. Ipak, nije sigurna da je ovo početak trajne promene.

Trampove carinske politike unose dodatnu neizvesnost na tržište, ali bi eventualne negativne posledice bile globalne, ne bi pogodile samo američku ekonomiju, već i njene trgovinske partnere. Za sada, američke kompanije i dalje imaju bolje prognoze rasta zarada u 2025. nego globalni konkurenti, što ide u prilog prognozi kompanije Fundstrat da će američke akcije ponovo preuzeti primat pre kraja godine. „Ostatku sveta ide u prilog da američka ekonomija nastavi da raste“, zaključila je Sing.

Zlato ojačalo za 19 procenata od početka godine

Analitičari predviđaju da će zlato ostati ključno sredstvo za diverzifikaciju portfelja i očuvanje bogatstva tokom cele godine. Početkom marta 2025. zlato je probilo psihološku granicu od 3.000 dolara za uncu (31,1 gram), dostižući 20. marta vrednost od 3.057 dolara. Cena se i dalje zadržava iznad ovog psihološkog praga, u snažnom uzlaznom trendu još od februara 2024.

Cena zlata dostigla je 3.100 dolara po unci u martu, beležeći rast od gotovo deset odsto tokom meseca i povećavajući ukupni prinos od početka godine na 19 procenata. Pojačana tražnja za zlatom podstaknuta je izjavama Donalda Trampa, kao i razočaravajućim podacima o poverenju potrošača u SAD, što je povećalo zabrinutost investitora, navodi UBS banka.

Zlatni ETF-ovi (fondovi koji prate cenu zlata) zabeležili su priliv od 130 do 150 tona u prvom kvartalu 2025, što je snažan kontrast u odnosu na odliv 114 tona u istom periodu 2024. godine. U prvom kvartalu

zabeležena je najveća tražnja od početka rata u Ukrajini 2022, iako su ukupne ETF rezerve i dalje 730-750 tona ispod vrhunca iz 2020. UBS predviđa da će cena zlata dostići 3.200 dolara po unci u srednjem roku.

Ako trgovinski i geopolitički rizici eskali-

raju, UBS ne isključuje scenario u kojem će cena zlata dostići 3.500 dolara tokom tekuće godine. Za dugoročne investitore, preporučuje da pet procenata portfelja u dolarima bude alocirano u zlato radi diversifikacije. UBS smatra da je ovo preokret u višego-

dišnjem ciklusu prodaje ETF-ova i da, zajedno sa kupovinom centralnih banaka i snažnom tražnjom za zlatnim polugama i novčićima, predstavlja bikovski (pozitivan) signal za tržište zlata.

 VLADIMIR JOKANOVIĆ



PRVA REČ

 **Logopedska Učionica**
Aleksandra Petrović
dipl. defektolog-logoped

INDIVIDUALNI TRETMANI
LOGOPEDA,
DEFEKTOLOGA
I PSIHOLOGA

Kosančičeva 43 12000 Požarevac 064 577 13 10 prvarec@gmail.com

 Logopedska učionica "Prva reč"

ZBOG POVEĆANJA
OBIMA POSLA
PRIMAMO U RADNI ODNOS
OSPOSOBLJENOG
LOGOPEDA-DEFEKTOLOGA
SVOJ CV POŠALJITE NA
prvarec@gmail.com



Allucent

Dorđa Stanojevića 14
11070 Beograd, Novi Beograd
+381 60 7924 000
officeserbia@allucent.com

**CLINICAL RESEARCH
MEDICINE RESEARCH
MEDICAL DEVICES RESEARCH**

„SIJEV UPLIV“ KAO NOVA MANTRA KINESKE EKONOMSKE POLITIKE

TRKA ZA PET PROCENATA RASTA

DRUŠTVENA STABILNOST JE GLAVNI PRIORITET „SIJEVOG PUTA“. EKONOMSKI PADOVI SE U KINESKOJ POLITICI NE VIDE KAO „CIKLIČNE NEOPHODNOSTI“, VEĆ OPASNOSTI KOJE BI MOGLE DA DOVEDU DO NEZAPOSLENOSTI, SOCIJALNIH NEMIRA I NEZADOVOLJSTVA – VELIKIH RIZIKA ZA KOMUNISTIČKU PARTIJU I DRUŠTVENU KOHEZIJU

Čuli smo mnogo naziva za ekonomske politike ili pravce koji su nosili imena, odnosno prezimena, njihovih idejnih tvoraca. Čuveni Kejnz stvorio je još čuveniji kejnzijanizam, a u poslednjim godinama ekonomske politike američkih predsednika, oblikovane skoro isključivo njihovim ličnostima, dobile su imena „Bajdenomija“ (Bidenomics) i „Tramponomija“ (Trumponomics). Vredi naglasiti da je ova druga definitivno podložnija ličnim hirovima, iako je daleko od neuhvatljive i takve da izmiče definiciji.

Sada je glavna mantra na istočnom delu zemaljske kugle – „Sijev put“, i to kao engleska kovanica koja bi se grubo mogla prevesti kao Sijev upliv. Nastala je kao analogija sa „Fed put“, odnosno uplivom američkih Federalnih rezervi. Sijev upliv je uverenje da će kineska vlada, pod Si Đinpingom, intervenisati da spreči velike ekonomske padove ili finansijske krize, slično kako „Fed put“ opisuje akcije američkih Federalnih rezervi za stabilizaciju tržišta. Ovaj koncept potiče od jedinstvenog kineskog kapitalizma koji kontroliše država, gde vlada igra dominantnu ulogu u upravljanju ekonomijom i gde ona određuje smerove ulaganja i usmerava investitorsku pažnju, sekući oblasti koje „rastu kao korov“ i ometaju „strateške investicije“.

Za razliku od zapadnih slobodnih tržišta, kineske vlasti se često mešaju i manipulišu cenama akcija, tržištem nekretnina i ključnim industrijama kako bi održale finansijsku stabilnost i društveni poredak. Evo primera: kineska vlada je jasno skrenula pažnju investitorima i tržištima da treba ulagati u električne automobile i veštačku inteligenciju, a ne u „zabavu“. TikTok je, možda, aplikacija koja je donela slavu Kini širom sveta (uz

određene glavobolje), ali niko tamo ne zaboravlja da je cilj Kine da na stogodišnjicu Revolucije - 2049. godine, postane najveća ekonomija sveta u svakom smislu. Zato – brze pruge, AI, čipovi i tome slično.

Si je ovaj ambiciozan cilj postavio baš kada je haotično uvođenje carina Donalda Trampa povećalo izgleda za recesiju u SAD i napravilo ozbiljnu konfrontaciju Amerike sa ostatkom sveta, pa čak i sa bliskim saveznicima (što je nekad bilo nezamislivo). Sama ideja označava značajnu promenu u percepciji investitora o kineskom lideru. Blumberg navodi da je Si imao prilično negativan imidž u zapadnoj javnosti kao čovek koji „previše stiska“ ekonomiju i na taj način su se tokovi investicionog kapitala odvrćali od Kine i usmeravali na neka druga tržišta, ka recimo obližnjem Vijetnamu.

Ovo sve dolazi u trenutku kada potpuno nepredvidivi Donald Tramp postavlja tako neočekivane zapreke svetskoj ekonomiji da je pitanje kako će se sve dalje razvijati. Ako definišemo „Trump put“, odnosno „Trampov upliv“ kao američki pandan ekonomiji oblikovanoj ovim predsednikom – budućnost ne izgleda tako dobra. Barem berze tako kažu – vera u „Trump put“ brzo blede, a prošlo je tek tri meseca od njegovog stupanja na vlast. Kineski indeks MSCI je skočio skoro 20 odsto u 2025. godini, dok je S&P 500 indeks pao za oko četiri procenta - u kineskom slučaju to je najveći kvartalni učinak od 2007, dakle od sjajnih vremena pre Svetske ekonomske krize. A očekuju se i nove mere za oživljavanje potrošnje i povećanje zarada - JPMorgan Chase & Co. i Templeton su među onima koji predviđaju da će se rast proširiti izvan tehnološkog sektora u narednim mesecima, navodi Bloomberg.

Poreklo i evolucija „Sijevog puta“

Termin „put“ u ovom slučaju nije baš upliv, već ima berzanske korene: dolazi sa tržišta opcija, gde „put opcija“ deluje kao osiguranje od pada cena. U slučaju Kine, Sijev put implicira da će vlada uvek obezbediti „osiguranje“ od oštrog ekonomskog pada. Ovo uverenje se razvilo tokom godina, ali nije palo s neba. Postojale su ključne prekretnice koje su osvestile Kinu da zlatno doba rasta neće trajati zauvek.

Recimo, tu je slom berze iz 2015. godine. Tada je kinesko tržište akcija palo za više od 40 odsto u veoma kratkom periodu. Vlada je agresivno intervenisala - državni fondovi su kupili akcije, IPO su zaustavljene, a velikim akcionarima je zabranjena prodaja. Tržište je privremeno stabilizovano, pojačavajući ideju da će vlada u Pekingu uvek istupiti korak napred da spase finansijska tržišta.

Naravno, najgore od najgoreg bila je kriza tokom pandemije koja je udarila ceo svet tokom 2020. godine, a sve je trajalo do duboko u 2022. Vlada je odgovorila stimulativnim merama, uključujući potrošnju na infrastrukturu i relaksiranim pravilima kreditiranja. Međutim, odgovor Kine bio je, kontraintuitivno, odmereniji u poređenju sa zapadnim ekonomijama.

Sledeća vladina intervencija bila je rekonstrukcija tržišta nekretnina i tehnologije (2021–2023), kada se zvanični Peking obračunao sa velikim tehnološkim kompanijama (Alibaba, Tencent) i građevinskim preduzimačima i prodavcima nekretnina (Evergrande, Country Garden). Tehnološki giganti su bili „pogrešno usmereni“, po vladi u Pekingu, i valjalo im je „ispraviti kurs“, a građevinari su napravili toliki „mehur“ da je đavo odneo šalu. Nakon što su tržišta negativno reagovala vlada je promenila politiku, ublažavajući ograničenja i ubrizgavajući likvidnost kako bi stabilizovala sektor nekretnina.

Pad berze 2024. godine bio je sledeća „kušnja“ za vladu NR Kine, koja je možda i finalno definisala doktrinu Sija i njegovog upliva. Naime, kineske akcije dostigle su višegodišnji minimum zbog slabog ekonomskog rasta, te je Peking ponovo intervenisao, a državne institucije su kupovale akcije kako bi sprečile dalji kolaps. Epilog? Hepiend.



FOTO: FLICKR

Si Đinping

A šta je to... u detalje, i kako funkcioniše „Sijev put“?

Evo i malo detaljnijeg opisa. Recimo, ako strogi propisi negativno utiču na ekonomski rast, vlada ih može ublažiti. Narodna banka Kine (PBOC) može smanjiti kamatne stope, ubrizgati likvidnost ili ublažiti ograničenja kreditiranja kako bi stabilizovala ekonomiju. Usred krize na tržištu nekretnina (na primer, kolaps Evergrande), vlada je uvela mere za ublažavanje hipotekarnih uslova i pomoć investitorima da pristupe finansiranju.

Jedna od poluga moći su direktne tržišne intervencije. Kineska regulatorna komisija za hartije od vrednosti (CSRC) i fondovi pod kontrolom države (Central Huijin Investment) često kupuju akcije kako bi podstakli tržište. Velikim akcionarima (na primer, osiguravajuća društva, državna preduzeća) ponekad je zabranjena prodaja kako bi se sprečila panika na tržištu.

Politika kamatnih stopa i likvidnosti je, takođe, poluga moći ovog sistema. Naime, Narodna banka Kine (PBOC) smanjuje kamatne stope i ubrizgava likvidnost u bankarski sistem kada raste

finansijski stres. Kao odgovor na usporavanje privrednog rasta, PBOC je više puta smanjio koeficijent obavezne rezerve kako bi podstakao bankarske kredite.

Tu je i podrška (pregrejanom) tržištu nekretnina, koje je londonski The Economist već više godina nazivao „tempiranim bombom“ u srcu kineske ekonomije. U ovom slučaju, vlada vrši pritisak na državne banke da povećaju hipotekarne kredite i dozvoljavaju kupcima kuća da refinansiraju kredite. U nekim slučajevima, lokalne samouprave se forsiraju da kupuju neprodate kuće kako bi smanjile višak „zaliha“ nekretnina. Preduzimači u nevolji su dobili indirektnu podršku preko majkodavaca koje podržava država.

Poslednje, ali ne i najmanje važno, jesu fiskalni podsticaji i upravljanje industrijskom politikom. Kina ne želi da „traći vreme i resurse“ na „šarene perle“, već na konkretne stvari koje će pružiti prednost na tržištu danas, a naročito sutra. I ne mora da bude zabavno, kao TikTok. Bitno je da bude strateški isplativo i da učini Kinu glavnom silom u tim oblastima. Stoga ona, po smernicama „Si puta“, podržava ključne industrije

(poput električnih vozila, poluprovodnika i veštačke inteligencije) kroz subvencije, poreske olakšice i jeftine kredite kako bi podstakla rast ciljanih sektora. Potrošnja na infrastrukturu (auto-putevi, železnice, projekti obnovljive energije) se povećava tokom krize, umesto da se smanjuje.

Zašto „Sijev put“ uopšte postoji?

Svojevremeno je neki zapadnjak zamislio Kinezima da nemaju dovoljno demokratije u zemlji, na šta mu je kineski sagovornik odgovorio da je to tačno, ali da je demokratija grčki, zapadni pojam, i da je pomalo stran kineskoj kulturi. Za uzvrat, pitao je kolegu zašto na Zapadu nema dovoljno „wenmina“? Wenmin je kompleksan pojam koji se definiše kao ljubaznost prema drugima i želja da se ne povrede drugi uz želju za ličnim i napretkom celog društva, uz društvenu koheziju i harmoniju.

Dakle, društvena stabilnost je glavni prioritet „Sijevog puta“. Ekonomski padovi se u kineskoj politici ne vide kao „ciklične neophodnosti“, već opasnosti koje bi mogle da dovedu do nezaposle-



FOTO: FREEPK

nosti, socijalnih nemira i nezadovoljstva – velikih rizika za Komunističku partiju i društvenu koheziju. Vlada daje prioritet stabilnosti nad principima slobodnog tržišta, osiguravajući da građani i investitori ne izgube previše poverenja u tržište, ali i da se ne razmašu koliko to umeju na drugim mestima.

Kina ima državno-kapitalistički model, gde veliki deo privrede kontrolišu državna preduzeća i banke. Vlada ima direktan udeo u tržištima, što čini intervenciju verovatnijom, a to daje „sigurnosnu mrežu“ svim učesnicima u procesu. Ona dovodi do upravljanja poverenjem: naime, bez jakih institucionalnih investitora kao u SAD, kineskim tržištima dominiraju maloprodajni investitori, koji su veoma reaktivni. Državna intervencija deluje kao signal poverenja kako bi se sprečila panika na tržištu.

Brine li nas nešto kod ove „savršene strategije“?

Naravno. Ništa nije savršeno, pa ni uz sav wenmin ovog sveta. Postoji jasan moralni hazard: investitori i kompanije mogu da počnu da preuzimaju prevelike rizike i krenu sa „haj-ho“ opuštenom politikom, pod pretpostavkom da će ih vlada uvek izvući iz te situacije. Recimo, građevinari poput Evergrande-a su se nepromišljeno širili, pod pretpostavkom da im Peking neće dozvoliti da propadnu – sve dok se restrikcija 2021. nije pokazala suprotno.

Tu je i slabljenje poverenja investitora. Ironično, ponovljene intervencije države u privredu signaliziraju da kineska tržišta nisu baš zaista slobodna, zbog čega strani investitori mogu početi da oklevaju. Tako je 2024. godine, uprkos

državnoj intervenciji, kinesko tržište akcija nastavilo da se muči, jer su investitori videli intervenciju kao „flaster“, a ne pravo rešenje. Ponekad investitori misle da je sve ovo „veštački“.

Mnogi se plaše da je prisutno i opadanje efikasnosti. Ranije intervencije vratile su poverenje investitora, ali nedavni napori vlade su bili manje efikasni u dovođenju situacije u ravnotežno stanje. Investitori više nisu sigurni da li Peking može da izdrži „Sijev put“ na neodređeno vreme, posebno uz usporavanje rasta i rast duga. Da li je ovo „večni recept“? Neki kažu – možda je oročen, i vreme mu ističe.

Mnogi se osećaju sputano. Preterano oslanjanje na državna rešenja nervira mnoge investitore i odvraća ih. Dugoročni ekonomski uspeh Kine zavisi od inovacija privatnog sektora i tržišne efikasnosti. Ako se vlada uvek uključi kad je „gusto“, prave strukturne reforme (kao što je smanjenje duga ili povećanje produktivnosti) mogu biti odložene za kasnije i sistem je zapravo, sve vreme „na aparatu“, a nije stvarno vitalan. Dobro, možda je „na doping“.

Može li „Sijev put“ potrajati?

„Sijev put“ je, ruku na srce, nešto jedinstveno za Kinu. To je „izlog“ onoga kako Kina vidi svet i ekonomiju, u suprotnosti sa „neodrživim i trulim“ modelom koji Zapad, a naročito Tramp, pokazuje svetu. Ova doktrina odražava jedinstvenu mešavinu kineskog tržišnog kapitalizma i autoritarne kontrole, gde država deluje kao zaštitni mehanizam da spreči ozbiljne padove.

Međutim, njegova efikasnost na duže staze može da izbledi, a dugoročni ekonomski rast Kine zavisice od stvarnih reformi, a ne samo od intervencija. Iako Peking može kratkoročno da stabilizuje tržišta, pravi izazov je da li investitori i preduzeća i dalje veruju u kinesku ekonomiju bez podrške vlade. Ako samopouzdanje i poverenje erodira, čak ni najjači „Put“ možda neće biti dovoljan. Ako pitate Sija, to se neće dogoditi. Ako se i dogodi, Kinezi će smisliti neki drugi način, kao da ovaj nikada nije ni bio aktuelan, a doktrina „Sijevog upliva“ će se preseliti u istorijske udžbenike.

ŽIKICA MILOŠEVIĆ



ВД СИБНИЦА

**ODRŽAVANJE NASIPA
ODRŽAVANJE KANALSKE MREŽE
ODBRANA OD POPLAVA**

Pančevački Put 200, 11060 Beograd

011/2711-007
011/2711-115

office@sibnica.rs
www.sibnica.co.rs



tel. 0800 202 022

www.vodovodpazova.rs





NAZIRE SE KRAJ TRAGANJA ZA EVENTUALNIM PARTNEROM KOJI BI UPRAVLJAO
CRNOGORSKIM AERODROMIMA

POTRAGA ZA KONCESIONAROM DUŽA OD POLA DECENIJE

**TENDERSKA KOMISIJA JE KRAJEM DECEMBRA PROŠLE GODINE POZVALA
ZAINTERESOVANE DA DOSTAVE PONUDE NA TENDER ZA DAVANJE VAZDUŠNIH LUKA POD
DUGOROČNI ZAKUP, ŠTO PREDSTAVLJA DRUGU FAZU POSTUPKA ZAPOČETOG 2019. GODINE**

FOTO: FREEPIK

Postupak dodele koncesija za pravo korišćenja aerodroma Podgorica i Tivat mogao bi do juna dobiti završni epilog, nakon pet i po godina duge procedure.

Naime, državna tenderska komisija za ovaj javni poziv, raspisan 11. oktobra 2019, produžila je do 7. maja rok za dostavljanje ponuda u okviru druge faze zakupa dve crnogorske vazdušne luke. Za sve to vreme, ne prestaju oprečni stavovi i reakcije kako stručne javnosti i radnika, tako i visokih državnih funkcionera.

Pretkvalifikacije

Sve je počelo 25. jula 2019. godine, kada je tadašnja crnogorska vlada na čelu sa Duškom Markovićem usvojila koncesioni akt i ugovor kojim se definiše način korišćenja aerodroma Tivat i Podgorica. Koncesionim aktom je tada predviđeno 100 miliona evra jednokratne nadoknade namenjene državnom budžetu, te 200 miliona evra investicija tokom narednih 30 godina.

Ministarstvo saobraćaja, na čijem čelu je tada bio Osman Nurković, raspisalo je 11. oktobra 2019. godine javni poziv za podnošenje prijave za pretkvalifikaciju za dodelu ovih koncesija. Na taj tender je pristiglo sedam prijave, od kojih su samo četiri ispunjavale predviđene kriterijume i, samim tim, označene su kao kvalifikovani ponuđači.

Dakle, u pretkvalifikacionoj proceduri kao validne označene su četiri ponude: južnokorejske kompanije „Incheon International Airport“, indijskog „GMR Airports“, luksemburškog „Corporacion America Airports“ i francusko-turskog konzorcijuma „ADP-TAV“ koje su ispunjavale pred-

viđene pretkvalifikacione kriterijume za dodelu koncesija.

Nekoliko meseci kasnije, indijska kompanija GMR obavestila je Vladu Crne Gore da neće učestvovati u daljem postupku za dobijanje koncesija za aerodrome Crne Gore. Glavni razlog je bila činjenica da je u međuvremenu promenjena vlasnička struktura GMR. Naime, francuski ADP - koji sa turskim TAV-om, takođe, želi da upravlja aerodromima u Podgorici i Tivtu - kupio je 49 odsto akcija pomenute indijske kompanije.

Nakon što je završena pretkvalifikaciona faza, najavljen je nastavak celog postupka kroz raspisivanje tendera, odnosno poziva odabranim konzorcijumima ili firmama da dostave ponude. Krajem oktobra 2021. godine tri ponuđača, koja su ranije prošla pretkvalifikacioni tender, predstavili su svoj portfolio i planove za dalji razvoj crnogorskih aerodroma predstavnicima vlade premijera Zdravka Krivokapića. Tadašnji ministar kapitalnih investicija Mladen Bojanić je nakon predstavljanja saopštio kako „interesovanje potencijalnih koncesionara za aerodrome nije splasnulo, uprkos tadašnjoj situaciji u vezi sa pandemijom koronavirusa“.

Ubrzavanje procesa

Ni pet godina nakon početka procesa davanja crnogorskih aerodroma u zakup, nije se maklo dalje od pretkvalifikacionog postupka, prema kojem su za drugu fazu kvalifikovana tri međunarodna ponuđača.

- Imajući u vidu važnost aerodroma za turistički i privredni razvoj Crne Gore, nastavak ovog procesa od izuzetne je važnosti za donošenje strateške odluke kada je u

pitanju dugoročni razvoj Aerodroma Crne Gore, bilo kroz model javno-privatnog partnerstva u slučaju dobijanja odgovarajućih ponuda ili razvoja Aerodroma od strane države - stav je Tenderske komisije za davanje aerodroma na koncesiono korišćenje.

Isto telo je krajem decembra prošle godine, uz podršku Međunarodne finansijske korporacije (IFC), pozvalo zainteresovane da dostave ponude na tender za davanje tih vazdušnih luka pod dugoročni zakup.

- Taj korak predstavlja drugu fazu tenderskog postupka i jasan je pokazatelj posvećenosti 44. vlade da u interesu daljeg ekonomskog razvoja Crne Gore okonča proces započet 2019. godine - rekao je predsednik Tenderske komisije Nik Đeljošaj nakon objavljivanja oglasa.

Pozicija IFC-a u celom procesu zvanično je definisana tek 4. aprila ove godine, kada je vlada sa tom kompanijom potpisala Ugovor o pružanju savetodavnih finansijskih usluga. Sporazumom se definišu obaveze vezane za realizaciju druge faze tenderskog postupka za projekat davanja koncesija za korišćenje Aerodroma Crne Gore. IFC je etablirana međunarodna finansijska institucija iz grupacije Svetske banke, sa iskustvom u pružanju savetodavnih usluga u oblasti javno-privatnog partnerstva - uključujući koncesije u sektoru vazduhoplovstva i aerodrome.

- Imajući u vidu da je IFC u toku prve faze realizovala ugovorene obaveze shodno ugovorenoj dinamici, koje su podrazumevale učestvovanje u pripremi tenderske dokumentacije, vođenje tenderskog postupka, uključujući pomoć u komuniciranju sa ponuđačima i pretkvalifikaciju potencijalnih ponuđača, čime su se stekli

uslovi za narednu fazu postupka, kao i da su upoznati sa svim aktivnostima tender-skog postupka, ocenjeno je da će nastavak saradnje sa ovom institucijom za najkraći rok dati najbolje rezultate – naveli su predstavnici crnogorske vlade nakon potpisivanja ugovora.

Uz ugovaranje savetodavnih usluga sa IFC-om, vlada je istovremeno odlučila da produži rok za dostavljanje ponuda za koncesiju aerodroma u Podgorici i Tivtu. Tenderska komisija tako je odlučila da poslednji dan za ovu fazu bude 7. maj.

- Ova odluka je doneta nakon razmatranja zahteva kvalifikovanih ponuđača iz prve faze postupka za produženje inicijalno definisanog roka za dostavljanje ponuda, koji je bio 4. april. Odlučujući po toj inicijativi, iako su neki od ponuđača tražili značajnije produženje roka, Tenderska komisija je procenila da je produženje do 7. maja optimalno te da je u skladu sa složenosti postupka i značajem projekta – izjavio je Đeljošaj.

Ovo telo je, takođe, stava da produženje roka „neće negativno uticati na dalji tok postupka, već će omogućiti ponuđačima da pripreme što kvalitetnije ponude“, koje će biti predmet detaljne evaluacije u skladu sa već definisanim kriterijumima i uslovima postupka.

Strateški pristup(i)

Prema Srednjoročnom programu rada vlade koji definiše aktivnosti do 2027. godine, kao glavni strateški cilj ekonomske politike Crne Gore definisano je „ostvarenje pametnog, održivog i inkluzivnog ekonomskog rasta koji će doprineti unapređenju kvaliteta života svih njenih građana“. U delu koji govori o saobraćaju vlada je precizirala da planira davanje aerodroma pod koncesiju „pod uslovom da dobije adekvatnu ponudu“.

- Formirane su komisije za avio-dostupnost i PSO (Public Service Obligation), predviđa se rast i razvoj nacionalnog avio-prevoznika i radiće se na usaglašenosti pravnih akata i regulatornog okvira sektora avio-saobraćaja sa pravnim tekovinama EU – stoji u pomenutom strateškom dokumentu.

I upravo taj stav „može, a ne mora“ i dalje prati celi postupak vezan za buduće upravljanje crnogorskim aerodromima. Dok proces teče, ministarka saobraćaja Maja Vukićević u aktuelnoj vladi Milojka

Spajića je vrlo oprezna da ne iznese čvrst stav pre nego što se „ne poslože sve kockice“. U trenutnom odnosu snaga u izvršnoj vlasti Crne Gore, to neretko podrazumeva „podelu plena“ u funkcijama, radnim mestima, beneficijama, pa i novcu za određenu stranku koja je deo veoma raznolike vladajuće strukture sa čak sedam različitih stranaka, odnosno manjinskih koalicija. Vukićević tako smatra da „sa državnim imovinom treba postupati vrlo oprezno i svaka odluka treba da bude dobro promišljena i doneta u najboljem interesu Crne Gore“.

- Još uvek nemamo konačnu odluku i lično ću sagledati sve činjenice pre nego se donese odluka o koncesiji. Smatram da država na neki način treba da zadrži kontrolu nad aerodromima i lično ću biti zagovornik te ideje – navela je ministarka saobraćaja.

Radnička prava

Nakon poslednjeg produžetka roka za dostavljanje ponuda potencijalnim koncesionarima, koji ipak znači i još koji mesec više u proceduri, raste nezadovoljstvo među radnicima. Unija slobodnih sindikata Crne Gore (USSCG) sa Sindikatom saobraćajnih delatnosti (SSD), Nezavisnim sindikatom Aerodroma Crne Gore (NSACG) i Sindikatom Aerodroma Crne Gore (SACG) navode kako „aerodromi nisu na prodaju“. Oni su najavili skupljanje 55.000 potpisa crnogorskih građana na osnovu koje bi Skupština Crne Gore bila u obavezi da raspiše referendum sa pitanjem: Da li ste za to da vlada i Skupština Crne Gore donesu zakon kojim će se garantovati da određeni privredni subjekti ostanu trajno u većinskom vlasništvu države?

- Nismo protiv privatno-javnog partnerstva, ali mislimo da privredni subjekti od nacionalnog interesa moraju zarad budućih generacija biti u vlasništvu Crne Gore – kazao je generalni sekretar USSCG Srđa Keković, koji, takođe, ukazuje na potpuni izostanak transparentnosti celog procesa.

Veselin Pantović iz SSD navodi da je crnogorski saobraćajni sistem „znatno zaostaje za sistemima kako razvijenih, tako i susednih zemalja“.

- Nemojmo da dozvolimo da kroz 15 godina neki novi ministar saobraćaja u vladi Crne Gore dođe do zaključka da je izdavanje Aerodroma Crne Gore pod koncesiju bila greška – ističe on.

Damjan Radulović, koji je na čelu SACG, ukazao je da su oba sindikata Aerodroma Crne Gore uputila dopis svim partijama u Crnoj Gori kojim traže da se povede računa o ovakvim potezima.

- Igrati se sa sudbinama hiljadu ljudi i njihovih porodica, ali i ljudi koji indirektno zavise od poslovanja Aerodroma Crne Gore je preveliki zalogaj za ovakav način postupanja prema preduzeću od kapitalnog nacionalnog interesa – ukazuje Radulović, uz podsećanje da ta kompanija posluje pozitivno.

Nisu samo sindikalci nezadovoljni mogućim razvojem događaja sa Aerodromima Crne Gore, već i pojedini članovi Tenderske komisije – konkretno predsednik Opštine Tivat Željko Komnenović koji je podneo ostavku na poziciju u tom radnom telu. Razlog je namera vlade da izmeni Zakon o finansiranju lokalne uprave, na osnovu kojeg bi visina prihoda opština od naknada za korišćenje dobara od opšteg interesa – uključujući aerodrome – bila smanjena sa 70 na samo 20 odsto.

- Ovo je nepravda prema Tivtu i kao predsednik opštine koji je do sada učestvovao u samom procesu kao član Tenderske komisije za koncesiju aerodroma, davao doprinos u radu tog vladinog tela i pokušavao da odbrani interese grada, moram reagovati na ovu nameru drastičnog smanjenja naknada, ali i na činjenicu da nije usvojen moj zahtev da se promeni sam Koncesioni akt. Zato podnosim neopozivu ostavku na članstvo u ovoj Komisiji – poručio je Komnenović, koji je za člana biran kao predstavnik Zajednice opština Crne Gore.

Takođe, ukazuje na pitanje imovine vazdušne luke u tom bokeljskom gradu.

- Činjenica je da su tivatski aerodrom svojevremeno gradile Opština Tivat i kompanija JAT, a ne država. Država je obezbedila eksproprijacionu nadoknadu za privatne vlasnike, što je i njena zakonska obaveza, ali šta je sa 50.000 kvadrata opštinske imovine – dodaje on.

Komnenović se, ipak, nada da će aktuelna vlast na državnom nivou „napraviti otklon od prošlih politika“. Sudeći po ubrzavanju cele procedure, te nezvaničnim pregovorima sa neimenovanim investitorima koji nisu učestvovali u tenderskoj proceduri, ali su protekle dve godine dolazili u Crnu Goru istim povodom, teško da će aerodromi „preživeti“ kao državno preduzeće.

 KRISTINA JERKOV

ŠEĆERA IMA I U MNOGIM VRSTAMA SLANE HRANE

ZDRAVLJE JE I SLATKO I U MODI

SMANJENJE UNOSA ŠEĆERA, KORIŠĆENJE PRIRODNIH ZAMENA I PRELAZAK NA ORGANSKE I VEGANSKE OPCJE NISU SAMO ODGOVOR NA RASTUĆE ZAHTEVE ZA ZDRAVIJIM PROIZVODIMA, VEĆ I PRILIKA DA SE STVORE ODRŽIVIJI, INOVATIVNIJI PROIZVODI KOJI MOGU ZADOVOLJITI ŠIRI SPEKTAR POTROŠAČA

Šećer je kroz istoriju bio ključni sastojak u ishrani, a njegova uloga je vremenom evoluirala. U antičko doba bio je skupocen začim i lek, dok je tokom srednjeg veka postao važan proizvod trgovine, a u novom veku je počeo masovno da se koristi u industriji hrane. Danas je neizbežan sastojak u skoro svim prehrambenim proizvodima.

Šećer se često povezuje sa slatkišima i brzom hranom, gde je prisutan u velikim količinama, što doprinosi ukusu i konzervaciji. Međutim, šećer se nalazi i u mnogim vrstama slane hrane, poput kečapa, konzerviranih supa, gotovih začina, pa čak i dresinga za salate, gde se koristi kako bi uravnotežio kiselo i slano. U slanoj hrani šećer je često prisutan u manjim količinama, ali i dalje može imati značajan uticaj na ukupan unos.

Gorak ukus šećera i zdravi slatkiši

Prekomeran unos šećera tema je globalnih zdravstvenih izazova, povezanih sa dijabetesom, gojaznošću i drugim bolestima. Šećer, takođe, izaziva i zavisnost. Ipak, danas se nude i alternative. Postoje, naime, načini da se ipak lepo zasladimo, a da ne unosimo šećer. Tako bi se zadovoljila potreba za slatkišima, ali i očuvalo zdravlje.

Kompanije u industriji hrane sve više prilagođavaju svoje proizvode tržištu, koristeći zaslađivače poput stevije, eritritola, ksilitola i prirodnih zaslađivača kao što su med ili kokosov šećer. Takođe, mnogi proizvodi sadrže manje kalorija, a bez dodatnih veštačkih zaslađivača ili visokog nivoa fruktoze, što privlači potrošače koji se brinu o zdravlju, šećernoj bolesti ili žele da smanje unos kalorija.

- Prirodni zaslađivači poput stevije imaju niži glikemijski indeks u poređenju sa običnim šećerom, što znači da ne izazivaju velike skokove u nivou šećera u krvi. To je naročito važno za osobe sa dijabetesom i one koji žele da izbegnu



FOTO: PIXABAY

insulinske skokove. Mnogi prirodni zaslađivači sadrže minimalne kalorije, što ih čini pogodnim za one koji pokušavaju da smanje unos kalorija, na primer, u procesu mršavljenja - kaže nutricionista Ana Todorović u razgovoru za Biznis.rs.

Određene svetske kompanije već nekoliko godina su popularne upravo zbog upotrebe zdravog i prirodnog zaslađivača. Chobani je američka firma koja proizvodi popularni jogurt. Godine 2018. lansirana je linija sa niskim sadržajem šećera i zaslađivačima poput stevije u nameri da se stavi fokus na „zdraviji“ jogurt sa manjim udelom šećera, kako

bi se prilagodio trendu zdravih opcija u prehrambenoj industriji.

Quest Nutrition je poznat po korišćenju eritritola, stevije i drugih alternativnih zaslađivača u svojim energetske pločicama i grickalicama. Kompanija je osnovana 2010. godine, a od 2012. su počeli da se fokusiraju na proizvode sa niskim udelom ugljenih hidrata i kalorija, koristeći alternative šećeru.

Truvia (Coca-Cola i Cargill) je jedan od najpoznatijih brendova koji prodaje zaslađivač na bazi stevije. Truvia se marketira kao prirodni zaslađivač sa minimalnim kalorijama i bez uticaja na nivo



FOTO: PIXABAY

šećera u krvi, što ga čini popularnim među potrošačima koji žele zdraviju alternativu šećeru.

Ipak, deluje lakše pronaći alternativu u hrani koja sama po sebi nije slatkiš. Treba li se u potpunosti lišiti svakog vida kolača, torte, čokolade?

- Proizvođači slatkiša sve više koriste organske sastojke koji nisu tretirani pesticidima, herbicidima ili sintetičkim đubrivima - navodi Ana Todorović i dodaje da ovi proizvodi privlače sve veći broj potrošača koji žele da smanje izloženost hemikalijama.

- Kako bi zadovoljili potrebe vegana i osoba sa različitim vrstama alergija, industrija se okreće korišćenju biljnih sastojaka (kao što su biljke za zaslađivanje, biljna mleka...) i eliminaciji životinjskih proizvoda (kao što su mleko, jaja ili želatin).

Pouzdanost zaslađivača kao veštačke zamene za šećer

Istraživanje koje je sproveo Nemački federalni institut za procenu rizika - BfR (German Federal Institute for Risk Assessment) ističe primer o bezalkoholnim pićima i njihovoj količini šećera. Naime, u studiji je navedeno praćenje proizvoda Max Rubner - Instituta (MRI) iz 2022. godine u kojem se navodi da je broj bezalkoholnih pića zaslađenih isključivo zaslađivačima neznatno porastao.

Studija Obrok BfR-a (Obroci za procenu izloženosti i analiza hrane) ispitivala je koncentracije zaslađivača u bezalkoholnim pićima. U tu svrhu koncentracije devet zaslađivača, uključujući aspartam, ciklomat i steviol glikozid, analizirane su u 92 bezalkoholna pića na tržištu. Rezultati su pokazali da izmerene koncentracije zaslađivača imaju ogroman procenat. Ukupno 87 od 92 analizirana bezalkoholna pića sadržalo je više od jednog zaslađivača.

S druge strane, BfR, takođe, ističe da je Evropska unija odobrila 19 zaslađivača, ali da nisu svi prošli zdravstvenu procenu od strane međunarodnog panela stručnjaka pre njihovog odobrenja. Primeri su veštački zaslađivači.

Prirodni zaslađivači – pouzdani, ali skupi?

Nasuprot veštačkim zaslađivačima koji su primamljivi kupcima zbog toga što ne sadrže kalorije, prirodni zaslađivači

predstavljaju pouzdaniju alternativu.

Ana Todorović smatra da smanjenje unosa šećera, korišćenje prirodnih zamena i prelazak na organske i veganske opcije nisu samo odgovor na rastuće zahteve za zdravijim proizvodima, već i prilika da se stvore održiviji, inovativniji proizvodi koji mogu zadovoljiti širi spektar potrošača.

- Ključno je da industrija balansira između zdravih alternativa, očuvanja ukusa i teksture proizvoda, te očuvanja ekonomske pristupačnosti za širu populaciju.

Prirodni zaslađivači često zahtevaju složeniji i duži proces proizvodnje. Na primer, da bi se dobio stevia prah biljka mora biti obrađena, sušena i ekstraktovana, što povećava troškove proizvodnje. Mnoge prirodne zamene za šećer, takođe, dolaze iz specifičnih regiona, pa su troškovi transporta i logistike veći. I to nije sve - one često dolaze sa sertifikacijama o organskom poreklu ili su ekološki proizvedeni, što može povećati cenu zbog dodatnih troškova sertifikacije i održivosti.

Proizvodnja meda suočava se sa izazovima poput klimatskih promena i smanjenja broja pčela, što dovodi do povećanja cena. U 2019. godini prosečna cena meda na svetskom tržištu porasla je za 12 odsto u odnosu na 2018, da bi u 2020. godini skočila za dodatnih osam odsto, delimično zbog smanjenja proizvodnje meda u ključnim zemljama proizvođačima. A i kod nas u zemlji med je poskupeo, što zbog smanjenja broja pčela

usled klimatskih promena, što zbog velike potražnje i tržišne promene. Cena meda je porasla od 800 do 2.500 dinara po kilogramu.

Slatko, zdravo, a pristupačno?

Prirodni zaslađivači često se pozicioniraju kao „premium proizvodi“, naglašavajući zdravstvene benefite i organske sastojke. Ovaj pristup omogućava bren-

OPREZ I INFORMISANOST

U prošlosti su različite studije izražavale sumnju da aspartam (E 951) može biti kancerogen, stoga je on jedan od najbolje proučavanih zaslađivača od strane različitih međunarodnih stručnih panela. Naučne kritike od relevantnih panela EFSA i drugih institucija do sada nisu potvrdile ovu sumnju. Ipak, iako to nije dokazano, BfR navodi da su naučni paneli zaključili da nema zdravstvenih problema pod uslovom da prihvatljivi dnevni unos (ADI) od 40 mg/kg telesne težine nije prekoračen. Hrana koja sadrži aspartam mora biti označena da sadrži izvor fenilalanina (sastojak koji sadrži ovaj veštački šećer) kako bi se informisali pacijenti koji boluju od naslednog metaboličkog poremećaja fenilketonurije. Stručnjaci navode da pojedini veštački zaslađivači, dakle, zahtevaju oprez i informisanost prilikom upotrebe.



Ana Todorović

FOTO: PRIVATNA ARHIVA



HRANA: ŠEĆERA IMA I U MNOGIM VRSTAMA SLANE HRANE

dovima da postave višu cenu, što je često strategija koja odgovara tržištu potrošača koji su voljni da plate više za „zdraviji” ili „prirodni” proizvod. Manje kompanije koje žele da ponude pristupačne cene mogu imati poteškoće u konkurenciji sa

velikim brendovima koji već dominiraju tržištem i postavljaju visoke cene na osnovu prepoznatljivosti i premijum pozicioniranja.

Iako prirodni zaslađivači često dolaze sa višim cenama, njihova upotreba

može biti korak ka zdravijem načinu života. Ipak – ključ zdravlja leži u balansu. Dok je investiranje u zdravu ishranu važno, svakako je korisno biti pažljiv prema svojim potrošačkim navikama.

 JANA VOJNOVIĆ

AB Zadruga

zapošljavanje omladine, studenata
i privremeno nezaposlenih lica

Branka Ćopića 26, 21000 Novi Sad
021/ 63 99 343, 064/ 70 07 106
office@abzadruga.com
www.abzadruga.com



Č.I.K. plus

knjigovodstvo poresko savetovanje

Stevana Doronjskog 15A
25230 Kula

0631012184
cikplus.krsto@gmail.com





REC
usluge u kinematografiji
Dimitrija Tucovića 5 11050 Beograd
063/358691 deki.vidic@gmail.com

**VELEPRODAJA MAŠINA,
GRAFIČKIH BOJA I
REPROMATERIJALA
ZA SITO ŠTAMPU**

**Team
SCREEN**
Screen Team d.o.o.
Šandora Petefija 26 24000 Subotica
024/4100782, 065/3255113
office@screenteam.rs
www.screenteam.rs

ACHITEX MINERVA

ROQ
CREATING SOLUTIONS

**SIGMA
international**

**DISTRIBUTER
SOLARNE OPREME
VAŠ PARTNER ZA
PROJEKTE SOLARNIH
ELEKTRANA**

Showroom:
Ul. Ruže Jovanović 70
11000 Beograd
063/733 26 42
063/890 85 74
office@sigmainternational.eu
www.sigmainternational.eu



FOTO: KLUKER

ŠKOLICE ZA DECU SVE BROJNJE I RAZNOVRSNJE

RASTE TRŽIŠTE ZNANJA ZA MALIŠANE

KAKO U SRBIJI POSLUJU ONI KOJIMA PROFIT NIJE PRIORITET, VEĆ IMAJU VAŽNIJU MISIJU – EDUKACIJU NAJMLAĐIH

Školice koje podstiču mentalni razvoj dece poslednjih godina se otvaraju širom Srbije u velikom broju. Naizgled slične, svaka ima svoju oblast uticaja – razvoj mozga, određ-

nih veština, ljubavi prema brojevima, nauci ili umetnosti, zatim razvoj samopuzdanja, kreativnosti...

S obzirom na to da takvi programi grade dobru bazu za dalji razvoj deteta, pospešuju njegove talente, radoznalost, a samim tim i sigurnost u sebe, oni značajno pomažu i tokom kasnijeg školovanja, karijere i puta do uspeha. Reklo bi se da je to izuzetno polje za dobar biznis, jer su roditelji spremni da za decu plate najbolje škole samo da im obezbede što bolji start. U neke škole kreće se već sa tri godine.

Ipak, ova niša poslovanja nije strogo okrenuta profitu, niti je ovaj biznis samo biznis. Škole rade velike stvari za svoje male klijente i na taj način oplemenjuju buduće društvo.

Intelektualni spoj Istoka i Zapada

Centar za razvojnu edukaciju „Malac Genijalac“ već godinama je najpoznatiji program za decu i nosi epitet „najbolje škole po izboru roditelja i dece u Srbiji“. Biti njen polaznik vremenom je postalo

i stvar prestiža. U ovoj školi to obrazlažu izuzetno dobrim programima, među kojima je najpoznatiji - Hikari mentalna aritmetika.

- Radi se o revolucionarnom razvojnom programu kojim se postiže optimalan razvoj dečjih kognitivnih sposobnosti, a zasniva se na najprestižnijem japanskom metodu u kojem se koristi arhaična japanska računaljka - soroban. Pored mentalne aritmetike, veoma popularni programi su Numicon, razvijen od strane Oxford univerziteta, i program dečjeg sveznanja Malac sveznalac. Dakle, naši programi su uspešan spoj drevnog Istoka i modernog Zapada, to je ono što je potpuno jedinstveno i samim tim prepoznatljivo na tržištu - pojašnjava u razgovoru za Biznis.rs Danica Banzić, glavni autor programa u ovoj školi, inače master učitelj Mentalne aritmetike, najveći domaći stručnjak za ovu oblast i jedan od vodećih evropskih stručnjaka za japanski soroban.

Kao i u drugim delatnostima, pokretanje privatnog biznisa nije bilo lako. Jedan od ključnih poteza u startu uvek je

SVEST O TOME DA JE ZNANJE MOĆ SVE PRISUTNIJA

- Cena naših programa nije presudna prilikom odluke roditelja o upisu dece u školicu Malac Genijalac, jer su svesni šta njihova deca dobijaju i koje benefite postižu. Zato su spremni da izdvoje sredstva za njihov intelektualni razvoj, jer to ne shvataju kao još jedan trošak, već kao investiciju u obrazovanje. Svest o tome da je znanje moć sve je prisutnija. Uočavamo da naši polaznici zaista postaju bolja verzija sebe i uspevaju da postignu važne ciljeve u karijeri i učenju, pobeđujući na različitim takmičenjima ili upisujući prestižne škole i fakultete širom sveta – ističe Danica Banzić.

izbor same lokacije koja odgovara deci i roditeljima. Troškovi zakupa, opremanja i plaćanje dažbina jesu značajan izdatak u početku, ali Banzićeva naglašava da je još veći izazov voditi uspešnu firmu i opstati na tržištu.

- Uspešan biznis se ne može zamisliti bez stalnog prilagođavanja uslovima tržišta, bez ulaganja i efikasnog marketinga. Sve to donosi znatne troškove, ali i nove klijente. Niz faktora utiče na poslovanje - na neke možemo uticati, na neke ne, ali kada je u pitanju edukacija dece evidentno je da postoji potreba, samim tim i tržište. To je važan preduslov, ali ne i dovoljan. Pored dobrog proizvoda, ključ uspeha je u rukama preduzetnika koji mora imati jasnu viziju i snažnu volju da posao vodi savesno i kvalitetno - analizira naša sagovornica dodajući da njihovu školu na nivou Srbije, uključujući sve vrste i nivoe programa, godišnje pohađa više hiljada dece, dok njihovu međunarodnu porodicu čini mreža od preko 250 jedinica u 15 zemalja.

Učenje uz igru

Ono što uvek predstavlja rizik za biznise koji se finansiraju od svojih polaznika ili određenih članarina jeste stabilnost tih finansija. Kako je ovde reč o posebnoj ciljnoj grupi, u kojoj ima i male dece koja nisu uvek istrajna i često menjaju interesovanja, to direktno može da utiče na opstanak škole.

- Upravo zato je pažljiv pedagoški pristup veoma bitan. Svakom detetu prilazimo individualno, kako bismo probudili njegovu pažnju i interesovanja. Trudimo se da školicu pretvorimo u mesto gde se uči uz igru i gde deca rado dolaze. Časovi su interaktivni i odvijaju se u malim grupama, pa učitelji uspevaju da uspostave prijatne emotivne odnose sa decom. Na taj način uspevamo da umanjimo efekte „promene interesovanja“ - objašnjava Banzićeva i priznaje da je izbor učitelja i predavača najvažniji i najosetljiviji zadatak od kojeg neretko zavisi i uspešnost programa, a time i same škole.

Predavači moraju imati neophodno pedagoško znanje, ali i razvijen senzibilitet i sposobnosti za rad sa decom.

- Dobar učitelj je onaj koji voli svoj posao, koji je motivisan i spreman da stalno uči i prilagođava se. Takođe, zaposleni moraju imati zagaranтовan rad-



FOTO: MALI AG GENIJALAC

ni status i adekvatna primanja, shodno svom zalaganju i odgovornosti - zaključuje ona.

Mali programeri i „klikeraši“

Već deset godina „Kliker“ IT centar u malim grupama od nekoliko polaznika na zanimljiv i interaktivan način decu upoznaje sa programiranjem, robotikom, 3D štampom i elektronikom. Do sada je više od 20.000 polaznika uzrasta od pet do 16 godina pohađalo neki od 18 programa na preko 50 lokacija širom Srbije, Crne Gore, Severne Makedonije, Bosne i Hercegovine, Hrvatske i Slovenije.

Cilj im je da na inovativan i kreativan način deci približe nove tehnologije, IT i inženjerstvo i da ih tako od pasivnih korisnika preobrate u stvaraoce.

- Naša ciljna grupa su roditelji koji smatraju da je korisno da se deca upoznaju sa načinom funkcionisanja sadržaja koji svakodnevno konzumiraju, a to su video-igrice, animacije, mobilne aplikacije ili različiti sajtovi. Nije poenta da sva deca koja se upišu u Kliker

postanu programeri, već da razviju određene veštine i način razmišljanja kroz učenje programiranja i kreiranje različitih digitalnih sadržaja ili robota. Naravno, određeni broj polaznika će se potpuno pronaći u onome što uči kod nas i krenuti dalje kroz školovanje ka programiranju i izučavanju novih teh-

I EMIRATI ŽELE NAUČNU KUHINJICU

- Prvu lokaciju u Beogradu Naučna kuhinjica je pokrenula uz podršku Fonda za inovacionu delatnost, a nakon toga smo kroz franšizni model uspeli da proširimo program u druge gradove Srbije. Veliki korak bio je izlazak van granica naše zemlje - u Severnu Makedoniju, a očekujemo i otvaranje franšizne jedinice u Nemačkoj. Konstantno dobijamo upite, pre svega iz Hrvatske, Crne Gore, Bosne i Hercegovine, ali i iz daljih zemalja, poput Ujedinjenih Arapskih Emirata - kaže Sanja Šešlija Savić.



FOTO: NAUČNA KUHINJICA



nologija – kaže za Biznis.rs osnivač Kliker Miomir Popeskov.

Dok se priseća procesa postepenog razvoja ovog IT centra, naglašava da je ključno bilo osluškivanje potreba polaznika i kreiranje novih programa kako bi unapredili znanja trenutnih i proširili ponudu za buduće polaznike. Uporedo sa tim stizali su upiti roditelja za otvaranje novih centara, prvo u Beogradu, a nakon toga i kroz franšizni model u drugim gradovima, potom i državama.

Najveći izdaci honorari predavača

Za Kliker centar teškoće u poslovanju su sve manje jer su, kako kažu, vremenom ustanovili pravila koja im olakšavaju rad. Sada lako umeju da odaberu adekvatan prostor, tačno znaju koja oprema je potrebna, a nameštaj i računare nabavljaju od dugogodišnjih partnera, što im olakšava ceo proces. Za njih su najveći izdaci u poslovanju zapravo honorari predavača, jer je to ključan faktor uspeha ove škole i programa.

- S obzirom na to da je Kliker postao prepoznatljiv brend u ovoj vrsti edukacije za decu, sve više kandidata za predavače nam se samonicijativno javlja. Većina su studenti i sarađujemo sa nekoliko fakulteta koji svojim studentima prosleđuju pozive za angažovanje na našim pozicijama, a tu su i razne studentske grupe i organizacije putem kojih dolazimo do najadekvatnijeg kadra za ovakav vid edukacije. Najvažniji su naši intervjui, gde sa velikom sigurnošću uspevamo da procenimo ko od kandidata može biti dobar za tu poziciju, a potom slede detaljne i prilagođene obuke predavača – objašnjava Popeskov.

Kada je reč o stalnosti polaznika, iskustvo ovog centra je izuzetno dobro

PROPISE NE PREPOZNAJU REALNE PROBLEME U POSLU

Kad je reč o poslovnoj klimi u oblasti edukacije u Srbiji, iz Malca poručuju da ona nije podsticajna, niti se može očekivati posebna podrška za pokretanje biznisa.

- Propisi nam često ne idu naruku, ne prepoznaju realne probleme u poslu i konkretnoj delatnosti edukacije. Najviše što smo uspjeli da ostvarimo od podsticaja države jeste pomoć prilikom zapošljavanja lica sa biroa, kao i učešće u programu „Moja prva plata“ – kaže Banzićeva.

jer uvek ima više njih koji se naknadno priključe kursevima, nakon završenog upisa, nego onih koji od kursa odustanu.

- Imamo sreće da materija koju deci prenosimo većinu njih jako interesuje, pa su dosta retki slučajevi odustajanja. Mislim da su i roditelji svesni da neke konkretne rezultate, bilo koje edukacije, ne mogu očekivati „preko noći“ i da su to uspjeli da pojašne i deci, pa su samim tim i ona istrajnija – kaže Popeskov.

„Kuhinjska“ za male naučnike

Mališani koje zanimaju biologija, hemija i fizika svoju prirodnu radoznalost mogu da „nahrane“ u „Naučnoj kuhinji“ – školi za decu uzrasta od pet do osam godina koja pruža dragocenu osnovu iz ovih oblasti za dalju nadogradnju znanja kroz formalno obrazovanje.

- Naš program je pre pandemije zaživeo kao inovativna ideja, ali smo nakon nje počeli da radimo u punom kapacitetu uz podršku Fonda za inovacionu delatnost Republike Srbije. Razvili smo

program i napisali priručnike, standardizovali pravila i bezbednosne protokole, kreirali autentičan izgled laboratorija i vizuelni identitet. Ono na šta smo najponosniji jeste činjenica da smo uspjeli da razbijemo stereotip da je nauka suvoparna i dosadna. Naprotiv, kroz zanimljive eksperimente, teorijski uvezane u celinu, deca kod nas uče kroz praktične i kreativne radionice, uz mnogo igre i zabave – opisuje Sanja Šešlija Savić, autorka programa Naučne kuhinjske, u razgovoru za Biznis.rs.

Kako organizacija programa i rada sa decom zahteva ozbiljan pristup, naša sagovornica ističe da je ključni izazov bio pronalazak adekvatnog prostora koji ispunjava bezbednosne standarde, zatim nabavka specijalizovane opreme i materijala, kao i stalna edukacija predavača. Među najvećim troškovima izdvaja se zakup prostora – naročito u većim gradovima poput Beograda i Novog Sada, zbog visokih cena najma. Na strani prihoda, nemaju brige oko cene programa, jer se pokazalo da to roditeljima nije faktor prilikom donošenja odluke o upisu.

- Veći izazov za upis predstavlja usklađivanje termina sa obavezama dece i roditelja. U Beogradu je veliki problem gužva u saobraćaju, naročito u vreme održavanja radionica. Ali, najbolja reklama za ovakve programe jeste upravo preporuka zadovoljnih roditelja i dece – ističe naša sagovornica dodajući da za oglašavanje koriste i društvene mreže, saradnju sa školama i vrtićima, kao i promotivne aktivnosti na tematskim događajima na različitim mestima.

Temeljna obuka za edukatore

U zavisnosti od obima posla i lokacije predavače angažuju za stalno ili honorarno zaposlenje, sve vreme insistirajući na visokom kvalitetu edukatora.

- Naši predavači su pretežno profesori prirodnih nauka ili pedagozi sa iskustvom u radu sa decom. Svaki edukator prolazi kroz temeljnu obuku pre nego što počne sa radom, kako bi se osiguralo da metodologija ostane dosledna i da se nauka približi deci na pravi način – precizira Šešlija.

Od 2023. godine pokrenuli su i franšizni model poslovanja koji im omogućava da dosledno prenose znanje i metodologiju širom Srbije, regiona i sveta.



VESNA ŽIVANOVIĆ VUKMIRICA





Dr Zorana Dindića 92/27 11000 Novi Beograd

+381 11 2144 439 +381 11 770 99 47

office@stefmark.co.rs

www.stefmark.co.rs

E SHOP www.singerica.rs



Distributer Singer mašina za šivenje



Prodaja opreme za tekstilnu i kožarsku industriju

Uslužno šivenje modne konfekcije i korporativnih uniformi

Servis mašina za šivenje i opreme za tekstilnu i kožarsku industriju



carapedshop

КУБА ЧАРАПА
HOUSE OF SOCKS
D-SHOP

Теразије ББ
11000 Београд

подземни
пешачки пролаз код
хотела Москва



carapedshop

dshzop_dshop@yahoo.com

062/221 117

ЧОЛАКОВА КАФАНА



Славка Крупеза 22
32000 Чачак

032/351-425



Čolakova kafana

colakovakafana@gmail.com

Све врсте роштиља, риба, хладно и топло предјело, чорбе, готова јела... организовање прослава - капацитет до 120 места, жива музика

PARADOX S IZ NOVOG PAZARA PRISUTAN JE NA TRŽIŠTU BIVŠE JUGOSLAVIJE SKORO DVE DECENIJE

UTICAJ GLOBALNIH IZAZOVA NA TEKSTILNU INDUSTRIJU SRBIJE



FOTO: PEXELS

Tekstilna industrija u Srbiji, nekada stub domaće privrede, danas prolazi kroz fazu oporavka i transformacije. Uprkos izazovima poput pandemije, rata u Ukrajini i globalne inflacije, sektor beleži postepeni rast i prilagođava se savremenim tržišnim uslovima. Sa više od 1.800 aktivnih preduzeća i značajnim izvozom, industrija pokazuje potencijal za dalji razvoj, posebno kroz saradnju sa stranim investitorima i primenu novih tehnologija.

Srbija se sve više pozicionira kao regionalni lider u proizvodnji tekstila, dok domaće kompanije uspešno balansiraju između tradicije i inovacija kako bi odgovorile na zahteve globalnog tržišta. Ova tranzicija otvara vrata za nove prilike, ali i postavlja izazove koji zahtevaju strateški pristup i kontinuirano ulaganje u modernizaciju.

Sagovornik za Biznis.rs bio je Hamad Raza Kiani, osnivač i direktor firme Paradox S iz Novog Pazara koji se u razgovoru osvrnuo na postignuća svoje firme u tekstilnoj industriji od 2021. godine do danas, kao i na uticaj pandemije, rata u Ukrajini i inflacije na poslovanje, uključujući probleme sa snabdevanjem, cenama sirovina i logistikom. Takođe, istakao je važnost trgovinskog sporazuma sa Kinom i unapređenja transporta

putem železnice, što je omogućilo brže isporuke.

- Naša firma se bavi uvozom i veleprodajom tekstilnih tkanina i repromaterijala za tekstilnu proizvodnju i konfekciju za širok asortiman odevnih predmeta. To uključuje sve vrste komercijalnih i specijalnih tkanina, kućni program, hotelski program, džins, pa čak i institucionalne specijalne tkanine za uniforme – kaže na početku razgovora Kiani, čija se firma uspešno bavi ovim poslom već dve decenije, kako u Srbiji, tako i na prostoru bivše Jugoslavije.

- Naša dugogodišnja prisutnost na tržištu govori o poverenju koje naši klijenti imaju u nas. Reputacija i bonitet firme su dobro poznati, a većinom dobijamo najbolje preporuke za nove klijente od naših postojećih kupaca. Takođe, prisutni smo na digitalnim marketinškim platformama, što nam omogućava kontinuirane najave novim klijentima koji traže naše vrste tkanina i repromaterijala – objašnjava Kiani.

Od 2021. godine Paradox S se suočio sa izazovnim i zahtevnim periodom. Pandemija je značajno uticala na poslovanje, posebno na sektor hotelskog tekstila i džins program za široku potrošnju, koji su se našli pod najvećim udarom.

- Osetili smo pad poslovanja, a čak i

nakon pandemije, posledice su trajale gotovo godinu i po dana, što je bio težak period za firmu – ističe Kiani.

Rat u Ukrajini dodatno je zakomplikovao situaciju, naročito po pitanju snabdevanja i cene bescanskih sirovina za proizvodnju tkanina. Logistika, rokovi isporuke i troškovi transporta bili su dodatni problemi koji su uticali na poslovanje. Sve ove teškoće događale su se u kratkom vremenskom periodu, što je predstavljalo ozbiljan izazov za održavanje konkurentnosti na tržištu.

- Pozitivna promena se dogodila 2024. godine, zahvaljujući trgovinskom sporazumu između Kine i Srbije, koji je omogućio bescarinski režim za brojne artikle koji se koriste u proizvodnji. To nam je omogućilo povratak na evropsko tržište sa konkurentnijim cenama i pouzdanijim rokovima isporuke, budući da 80 odsto naših tkanina i repromaterijala dolazi iz Kine – konstatuje i dodaje da početak direktnog prevoza robe vozom iz Kine do Srbije u drugoj polovini 2024. godine dodatno je doprineo bržim i efikasnijim isporukama.

- Transport vozom bio je značajno brži od pomorskog transporta, koji je često kasnio zbog zastoja u Sueckom kanalu izazvanih ratom na Bliskom istoku. Sve ove promene bile su rezultat strateških infrastrukturnih inicijativa Vlade Srbije – ističe.

Za Paradox S 2024. godina bila je prekretnica. Nakon posledica pandemije, rata u Ukrajini i inflacije, firma se oporavila i ponovo uspostavila stabilnost. U drugoj polovini godine sklopili su ozbiljne ugovore kako na domaćem, tako i na inostranom tržištu, što je dokaz potražnje za njihovim proizvodima i povećanja kapaciteta proizvodnje u regionu.

- Smatramo da je 2024. godina postavila temelje za uspešnu 2025, koja se očekuje kao jedna od najboljih godina za naše poslovanje – smatra Kiani.

Na pitanje o planovima za budućnost naš sagovornik kaže da je u ovoj godini njihov glavni cilj održavanje vrhunskog kvaliteta, koji je trenutno najvažniji faktor u ovoj branši.

- Težimo postizanju povoljnijih cena repromaterijala i bržim rokovima isporuke, jer je to ključ za naše klijente kako bi njihove gotove proizvode plasirali efikasno i brzo na tržište, kako u regionu, tako i u EU. Naš strateški cilj je razvijanje

partnerskih odnosa sa klijentima, što će nam doneti rast poslovanja i stabilnost na dugoročnoj osnovi – konstatuje Kiani.

Trenutnom situacijom na tržištu je zadovoljan i naglašava da je neophodno intenzivnije pratiti evropske trendove u sektoru razvoja novih vrsta tkanina, teh-

nologija i modernih proizvoda.

- Svet tekstila se neprestano menja, a kako bismo ostali konkurentni, moramo kontinuirano ulagati u inovacije i snabdevanje naših proizvođača savremenim proizvodima – zaključuje.

Za kraj ističe da je ponosan na znanje i

iskustvo stečeno u ovom poslu kroz praćenje modernih trendova i razvoj kvalitetnih tkanina.

- Kvalitet i pravovremena isporuka ključni su za uspeh našeg poslovanja – kaže vlasnik firme Paradox S.

 M.V.A.

FURNIX IZ BEOGRADA, GENERALNI UVOZNIK KANCELARIJSKOG NAMEŠTAJA NOWY STYL IZ POLJSKE

SAVREMENI TRENDOWI U INDUSTRIJI KANCELARIJSKOG NAMEŠTAJA

Usvetu, kao i kod nas javlja se sve veća potreba za raznim vrstama kancelarijskog nameštaja koji će odgovoriti savremenim zahtevima, zadovoljiti potrebe zaposlenih i pospešiti poslovanje u zavisnosti od vrste delatnosti koju preduzeće obavlja.

Za Biznis.rs sagovornica na ovu temu bila je Biljana Ruseva, direktorka i jedna od vlasnica preduzeća Furnix iz Beograda, koje od 2016. godine posluje u domenu trgovine na veliko kancelarijskim nameštajem. U razgovoru se osvrnula na savremene trendove, poslovanje za vreme korone i nakon početka rata u Ukrajini, kao i o drugim faktorima koji utiču na razvoj ove delatnosti u Srbiji.

- Kao generalni uvoznici kancelarijskog nameštaja Nowy Styl za područje Srbije, nudimo kompletna rešenja za opremanje kancelarija, konferencijskih sala, arhivskih prostora, kantina, kao i prostora za odmor i relaksaciju. Obzirom da Nowy Styl u ponudi ima veoma široku lepezu artikala, pored opremanja i usluge dizajna enterijera, sarađujemo i sa firmama koje se bave daljom prodajom nameštaja: salonima nameštaja, internet prodajama, kompanijama koja se bave b2b opremanjima, arhitektama i

dizajnerima – kaže na početku razgovora Biljana Ruseva.

Ona, takođe, napominje da se sedenje ne može izbeći, ali ga možemo učiniti zdravijim, tako da je cilj Furnix tima da poslovni prostor transformišu u prijatno i inspirativno mesto za rad. Ovakvim razmišljanjem u prethodnih devet godina, koliko postoje, postali su prepoznatljiv partner i saradnik u kreiranju praktičnih i prilagodljivih rešenja za sve tipove objekata i prostorija.

Prema njenim rečima za Furnix, kao i za većinu firmi koje se bave prodajom kancelarijskog nameštaja, pandemija je imala nepovoljan uticaj. Opstanak je značio prilagođavanje novonastaloj situaciji i otvaranje novih kanala prodaje. U tom smislu, internet trgovina je imala značajan udeo ukupnog prometa te godine.

- Sa druge strane, ni uticaj početka rata u Ukrajini nas nije zaobišao – kompanija NowyStyl ima fabriku i u Ukrajini, ne tako mali deo našeg asortimana čine stolice iz ove fabrike. Uzimajući u obzir činjenicu da su to uglavnom artikli ekonomičnije serije čiji je udeo u prodaji bio skoro 30 odsto, bilo je neophodno dopuniti ponudu novim artiklima ove grupe proizvoda. Obzirom da se ni cene, a ni stabilnost u

snabdevanju robom iz Ukrajine nisu vratili na period pre rata, prilagođavanje se ogleda i u preusmeravanju fokusa na klijente zainteresovane za nameštaj srednjeg i višeg cenovnog ranga – otkriva.

U Srbiji ima još dosta prostora za promenu stava ljudi na rukovodećim pozicijama, koji smatraju da je kancelarijski nameštaj nešto što nije neophodno menjati, smatra Ruseva i dodaje da se stil rada u kancelarijama poslednjih godina bitno izmenio, traže se inovativna rešenja koja omogućavaju mobilnost i fleksibilnost u radu. Kancelarije se transformišu u kolaborativne čvorove, radionice i prostore za sastanke, koji podstiču zaposlene na veću kreativnost i fokusiranost na postavljene ciljeve.

- Sa druge strane, zanemaren je i značaj vizuelnog identiteta firme i to koliko je važan prvi utisak koji ostavlja na saradnike i klijente jedne kompanije. Naša misija je da im u tome pomognemo i da Furnix i Nowy Styl nameštaj bude sinonim za dobro kreiran, inspirativan poslovni prostor opremljen po povoljnim cenama – ističe.

Takođe, dodaje da smo prethodnih godina svi imali prilike da se uverimo da spoljni faktori konstantno utiču na poslovanje i da je bez stalnih promena i prilagođavanja nemoguće ostvariti stabilan rast.

- Kako ne možemo uticati na dešavanja u svetu i kod nas, jedino što možemo je da nastavimo biti fleksibilni i da na negativne uticaje tržišta odgovaramo pozitivnim promenama u našem daljem radu – smatra.

Direktorka Furnixa posebno je ponosna na činjenicu da u svom portfoliju imaju firme sa kojima sarađuju od samog osnivanja.

- Klijente ne posmatramo kao kupce, već kao saradnike, tu smo da im pružimo svaki vid podrške potreban u njihovom domenu dalje prodaje i opremanja poslovnih prostora. Zajedničkim snagama možemo dostići visoko postavljene ciljeve – kaže za kraj Biljana Ruseva.

 M.V.A.

FOTO: FURNIX



NETPHARM – VELEDROGERIJA ORIJENTISANA NA KVALITET

U CRNOJ GORI RASTE POTRAŽNJA ZA LEKOVIMA I SUPLEMENTIMA



Globalno tržište lekova procenjeno je na oko 1,6 biliona američkih dolara u 2023. godini, sa očekivanim godišnjim rastom od 6,12 odsto do 2030. godine. Glavni pokretači uključuju porast hroničnih bolesti, starenje populacije i povećanje zdravstvenih ulaganja. Tržište vitamina i dijetetskih suplemenata, takođe, beleži rast, sa fokusom na zdravlje i prevenciju bolesti. Ovi proizvodi čine oko 26 odsto globalnog farmaceutskog tržišta, koje uključuje funkcionalnu hranu i dodatke ishrani.

I potražnja za lekovima i suplementima u Crnoj Gori beleži rast. Tržište vitamina i minerala, na primer, procenjeno je na prihod od 2,9 miliona američkih dolara u 2025. godini, sa očekivanim godišnjim rastom od 6,01 odsto od 2025. do 2029. godine. Ovaj rast je podstaknut sve većom zdravstvenom svesću stanovništva i interesovanjem za prevenciju bo-

lesti, piše Statista.

NetPharm je veledrogerija koja u Crnoj Gori posluje od 2006. godine i bavi se uvozom i distribucijom medicinskih sredstava. Njihova lista brendova se kontinuirano širi, što pokazuje da je poslovna politika orijentisana na kvalitet. Sagovornik za Biznis.rs bio je dipl. inž. Miodrag Vojinović, zastupnik i jedan od vlasnika NetPharma, koji nas je detaljnije uputio u to kako mnogi ekonomski faktori iziskuju planiranje i pronalaženje adekvatnih rešenja za postizanje dobrih rezultata u sektoru distribucije lekova.

- S obzirom na to da je Crna Gora malo tržište, ponosno ističemo da je NetPharm uvoznik i distributer za neke od svjetski poznatih brendova kao što su: Pierre Fabre (Eau thermal Avene, Klorane, Ducray, Elgydium i A derma), Grubbin, Orthomol, Biopharma supleme-

(Omega 3 Norway), Prolenium Medical Technologies (Revanesse), Laboratories Fill-Med Manufacturing S.A. (ArtFiller), mesoestetic Pharma Group, Sinclair Pharma (MaiLi, Lanluma, Perfectha with Lidocaine, Ellanse), Regen Lab SA (Cellular matrix), Prp Science (Aesplla) – sa ponosom kaže na početku razgovora Vojinović.

Prisećajući se događaja koji su prethodnih godina pogodili ceo svet i poremetili mnoge poslovne šeme, konstatuje da rat u Ukrajini nije direktno uticao na poslovanje NetPharma, jer u poslovnom smislu nemaju dodirnih tačaka sa tim delom Evrope.

- Od 2020. godine smo imali veliki pad prodaje svih preparata s obzirom na pandemiju koja je tada uzdrmla čitav svijet, ali već od 2022. godine situacija se popravila – objašnjava.

Zahvaljujući dugogodišnjem radu, poznavanju tržišta i prvenstveno iskustvu, grade puteve uspeha. Pokazatelj su odlični rezultati u oblasti farmacije i estetike visokokvalitetnih proizvoda, ističe Vojinović.

- Osnov našeg efikasnog upravljanja su konstantna usavršavanja i obuke zaposlenih, kao i naših poslovnih partnera sa kojima sarađujemo. Takvo upravljanje kadrovima podstiče predanost i zadovoljstvo na poslu, što omogućava veću produktivnost – kaže Vojinović.

Na pitanje o tome kako je za NetPharm izgledala 2024. godina ističe da njihovi dugogodišnji dobavljači nisu značajno menjali cene, pa inflacija nije ostavila dublji trag na poslovanje, što ne znači da se uopšte nije osetila u poslovanju.

Vojinović se osvrnuo i na poteškoće koje su prisutne kada je u pitanju procedura u vezi sa uvozom novih proizvoda.

- Prilikom uvođenja svjetskih brendova na naše tržište, neke administrativne uredbe nam u velikoj mjeri usporavaju dinamiku posla. Smatram da bi taj dio trebao biti mnogo jednostavniji – otkriva.

FOTO: FREPIK

Planovi za budućnost NetPharma podrazumevaju posvećenost kvalitetu proizvoda, jer je to ono što je i do sada davalo rezultate u poslovanju.

- Usmjereni smo na energičnost, prilagodljivost, komunikativnost, posvećenost poslovnim partnerima, preciznost u radu, očuvanje timskog duha i uvođenje novih stvari na tržište, onih koje, pre svega, imaju kvalitet, a ne samo dobar i zvučan marketing. Naša vizija je da po-

stanemo partner za klijente koji biraju jasan put do tržišta i žele najbolje proizvode za krajnjeg kupca, čime se poboljšavaju trajni uticaji na zdravlje pojedinaca – konstatuje.

NetPharm u svom kolektivu ima farmaceute, stomatologe, ekonomiste, doktore, inženjere i farmaceutske tehničare – i svako je u svom domenu stručnjak, koji svojim znanjem doprinosi uspešnom poslovanju.

- Ponosno možemo reći da smo ostvarili saradnju sa svim visokoobrazovanim profesionalcima, doktorima koji se bave anti-age tehnikama, stomatolozima, farmaceutima i drugim medicinskim radnicima. Vjerujemo da odgovarajuće znanje i stručno usavršavanje predstavlja siguran put za poboljšanje sistema poslovanja – kaže za kraj dipl. inž. Miodrag Vojinović.

 **M.V.A.**

DRAGAN PETROVIĆ O IZAZOVIMA U POSLOVANJU FIRME MM SECURITY IZ HERCEG NOVOG

USLUGE SISTEMA OBEZBEĐENJA U CRNOJ GORI NAJVIŠE KORISTE STRANCI

Usluge sistema obezbeđenja su veoma tražene i taj trend raste. Razlozi za povećanu potražnju uključuju rastuće pretnje poput terorizma, organizovanog kriminala i prevara. Takođe, globalizacija i tehnološki napredak doprinose većoj potrebi za sigurnosnim rešenjima.

O tržištu usluga sistema obezbeđenja na teritoriji Crne Gore za Biznis.rs razgovarali smo sa Draganom Petrovićem, vlasnikom firme Montenegro Master Security iz Herceg Novog.

- Licencirani smo izvođači sistema za video-nadzor, alarme, protiv požara, internet + tv itd. Poslednjih nekoliko godi-

na je krenula gradnja u Boki tako da smo i tu prisutni što se tiče instalacija niske struje – kaže Petrović.

Prema njegovim rečima, većina klijenata preduzeća MMSecurity su Rusi, Ukrajinci, Englezi i drugi stranci, koji su umnogome doprineli da se posao razvije.

- Za vreme pandemije nismo mogli da razvijamo posao. Sticajem okolnosti, nakon korone je posao naglo krenuo uzlaznom putanjom, a što se tiče rata u Ukrajini, probleme koje imamo su da pojedini klijenti nisu u mogućnosti da dođu zbog sankcija Rusiji – otkriva i dodaje da do sada nisu imali poteškoća sa potraživanjima.

Prošla godina je za Montenegro Master Security bila uspešna, imajući u vidu da su dogovorili posao na kom su bili agažovani preko šest meseci. Petrović kaže da se inflacija oseća na svakom koraku, ali bez obzira na to, cene nisu menjali.

Kada su u pitanju planovi za budućnost namera im je da se razvijaju i šire poslovanje.

- Želimo da se širimo, ali ne i regionalno jer ne možemo da pokrijemo veći prostor, a da to ne bude na štetu postojećih klijenata. Prioritet ima održavanje postojećih sigurnosnih sistema. Imamo u planu da postanemo manji provajderi za region Boke Kotorske, ali vidjećemo u kom smjeru će to ići – otkriva i dodaje da je svestan činjenice da svaka ekspanzija u poslovanju podrazumeva angažovanje nove radne snage, što je trenutno veliki problem u celom regionu.

Situaciju sa pronalaskom ljudi dodatno otežava i činjenica da je njihov posao specifičan i da osoblje mora biti adekvatno obučeno. Ipak, pored svih pomenutih izazova MMSecurity uspeva da održi kontinuitet u poslovanju, zadrži postojeće klijente i pronađe nove.

- Ponosni smo na veliki broj klijenata koje smo stekli u zadnjih dvadeset godina, nikad tuženi, nikad blokirani, trudimo se da sve svoje obaveze redovno servisiramo – ističe vlasnik firme Dragan Petrović.

 **M.V.A.**



FOTO: RAWPIXEL



FOTO: PIXABAY

NAJVIŠE BOGATAŠA ŽIVI U NJUJORKU

U Njujorku živi 384.500 veoma bogatih ljudi (HNWI – high-net-worth individuals), koji poseduju imovinu vrednu najmanje milion dolara. Time je Njujork ponovo zauzeo prvo mesto na listi 50 najbogatijih gradova sveta, koju svake godine objavljuje međunarodna firma Henley & Partners.

U ovu brojku ulazi i 818 ljudi čije se bogatstvo meri stotinama miliona dolara, kao i 66 milijardera. U novom izveštaju dominiraju američki gradovi, čak ih je 11 među prvih 50. Na drugom mestu je San Francisco, sa 342.000 bogatih ljudi, a zanimljivo je da ima čak više milijardera od Njujorka – 82.

U prvih deset su još Tokio sa 292.300 bogataša, Singapur sa 242.400, Los Angeles sa 220.600, London sa 215.700, Pariz sa 160.100, Hongkong sa 154.900, Sidnej sa 152.900 i Čikago sa 127.100. Moskva se nalazi na 40. mestu, sa 30.000 bogatih pojedinaca, uključujući 23 milijardera.

Autori izveštaja ističu da su London i Moskva jedina dva grada u top 50 kod kojih je u poslednjih deset godina drastično opao broj milionera. U Londonu ih je sada 12 procenata manje, dok je u Moskvi zabeležen pad od 25 procenata.

Od 50 najbogatijih gradova, najbrži rast, za više od 100 odsto zabeležila su tri grada. To su Šenžen na 28. mestu, sa rastom broja milionera od 142 procenata, kojih sada ima 50.800, Hangdžou na 35. mestu, sa rastom od 108 odsto i 32.200 milionera, kao i Dubai na 18. mestu, sa rastom od 102 odsto i 81.200 milionera, uključujući 20 milijardera.

PLAVI DIJAMANT VREDAN 20 MILIONA DOLARA

Redak plavi dijamant u vrednosti od 20 miliona dolara bio je izložen u Abu Dabiju, glavnom gradu Ujedinjenih Arapskih Emirata.

Mediterranski plavi dijamant od deset karata, koje će se naći na aukciji u Ženevi sledećeg meseca, predstavlja eksponat kolekcije procenjene na 100 miliona dolara, rekli su organizatori, prenosi AFP.

- U grupu su uključeni najveći čist dijamant na svetu, drugi najveći

crveni dijamant za koji se zna da postoji i nekoliko dijamantata od preko 100 karata – navodi se u saopštenju aukcijske kuće Sotheby's. Isklesano kamenje bilo je izloženo pored raskošnog nakita, uključujući ogrlicu optočenu belim dijamantima sa priveskom od smeđeg dijamanta u obliku kruške od 100,26 karata.

Plavi dijamant će biti izložen u Tajpeju, Hong Kongu i Njujorku pre izložbe i prodaje u Ženevi sredinom maja.

META PLATFORMS: LLAMA 4 NAJBOLJA U SVOJOJ KLASI

Kompanija Meta Platforms predstavila je nove verzije svog velikog jezičkog modela (LLM) pod nazivima Llama 4 Scout i Llama 4 Maverick. Meta je navela da je Llama multimodalni AI sistem, što znači da može da obradi i integriše različite vrste podataka, uključujući tekst, video, slike i zvuk, kao i da pretvara sadržaj između tih formata, prenosi Reuters.

U saopštenju kompanije se navodi da su Llama 4 Scout i Llama 4 Maverick njihovi „najnapredniji modeli do sada“ i „najbolji u svojoj klasi kada je u pitanju multimodalnost“.

Oba modela biće otvorenog koda, a Meta je najavila i Llama 4 Behemoth, koji opisuju kao „jedan od najpametnijih LLM modela na svetu“ i njihov najmoćniji model do sada, namenjen da bude „učitelj“ za buduće verzije.

Velike tehnološke kompanije intenzivno ulažu u veštačku inteligenciju (AI) još od uspeha platforme ChatGPT, koji je promenio tehnološki pejzaž i pokrenuo veliki talas ulaganja u mašinsko učenje. Prema informacijama portala The Information, Meta je prethodno odložila lansiranje nove verzije svog LLM-a jer Llama 4 nije ispunila očekivanja u pogledu tehničkih kriterijuma, naročito u rezonovanju i matematičkim zadacima. Takođe, izrazili su zabrinutost što model ima slabije sposobnosti vođenja konverzacija glasom, u poređenju s modelima kompanije OpenAI.

Meta planira da potroši do 65 milijardi dolara u 2025. godini za širenje svoje AI infrastrukture, usled pritiska investitora da velike tehnološke firme pokažu konkretne rezultate svojih ulaganja.



MATIJAŠEVIĆ

OBRADA I UGRADNJA
SVIH VRSTA KAMENA



GRANIT | MERMER
TRAVERTIN | ONIKS | KVARC
GRANITNA KERAMIKA



ŠOPIĆ, LAZAREVAC

www.matijasevicmarble.com

PRODAJA VOĆA I POVRĆA

EDEL

Njegoševa 67A 11000 Beograd, Vračar
063/283602 063/283002
piljaramalikalenic@gmail.com





Drage Spasić 31
11030 Beograd, Čukarica
+381 60 40 80 860
zradojicic@yahoo.com

IST Medical je akreditovana zdravstvena ustanova koja se bavi fizikalnom terapijom i rehabilitacijom dece sa cerebralnom paralizom i drugim neurološkim dijagnozama po najvišim svetskim standardima i opremom koja uključuje i robotiku.

U sklopu programa naseg Centra imamo i logopedске i defektološke tretmane.

Takođe, u našem Centru radimo i sa odraslima fizikalnu terapiju, kinezitapiju, aplikaciju lekova (intramuskularno, intravenski, subkutano), previjanje i negu nakon operacija i druge potrebne intervencije.

Dobrodošli!



ANDRO
MEN'S CLOTHING
SINCE 2024



Mainski put Budva

+382 68014651

androandro43