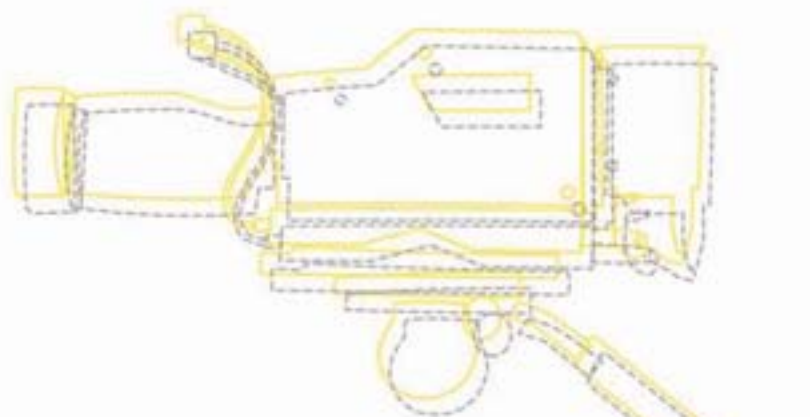


TV SERIJA SUBOTOM U 18:30 / REPRIZA UTORKOM U 11:30 / STUDIO B

veliki MALI BIZNIS



12 POLUSATNIH EPIZODA

DVANAEST ZABRANIH SVOJIM ISKUSTVOM I PREDLOZIMA
DOPRINOSI BOLJEM INFORMISANJU I POBOLJŠANJU USLOVA
U OBLASTI PRIVATNE INICIJATIVE I POSLOVNOG PREDUZETNIŠTVA.

**AUTOR
OLIVERA MILOŠ TODOROVIĆ**



shockart produkcija

www.shockart.org/velikimalibiznis



Projekat finansira EU kroz Medijski fond -
program za podršku profesionalnom razvoju medija u
Srbiji - kojim rukovodi EAR a koji tehnički realizuje Press Now

VELIKI MALI BIZNIS

Foto_Vladimir Mladinović Šminka i frizura_Aleksandar Đikić



ANA ZAMBRANO, DIREKTORKA
COOPERAZIONE ITALIANA

IGOR BRKANOVIĆ, POMOĆNIK MINISTRA
EKONOMIJE I REGIONALNOG RAZVOJA SRBIJE

KOLIKO SRBIJA ČINI U RAZVOJU PREDUZETNIŠTVA, PROMENI SVESTI STANOVNIKA DA MORAJU SAMI DA UZMU SOPSTVENU SUDBINU U SVOJE RUKE, DA JE DAVNO PROŠLO VREME "JEDNOG POSLA ZA CEO ŽIVOT"? ŠTA SE I UZ ČIJU POMOĆ RADI NA STVARANJU USLOVA I NA OSOPOSOBLJAVANJU POTENCIJALNIH PREDUZETNIKA DA POKRENU SOPSTVENI POSAO, ZA PRESTUP GOVORE ANA ZAMBRANO, DIREKTOR COOPERAZIONE ITALIANA, I IGOR BRKANOVIĆ, POMOĆNIK MINISTRA EKONOMIJE I REGIONALNOG RAZVOJA

Razgovarao_Zoran Knežević

Kako informisati ljude da mogu da pokrenu sopstveni posao?

BRKANović_Na početku je neophodna jaka medijska kampanja kako bi ljudi shvatili koliko je za njihovu karijeru pozitivno otpočinjanje privatnog posla. U toj kampanji država preko mreže regionalnih agencija za razvoj malih i srednjih preduzeća nastoji da informiše sve potencijalne preduzetnike koji žive i rade na lokalnu, da bi oni mogli da kažu da li ih to zanima ili ne, jer ne mogu svi ni da budu preduzetnici. Preduzetnik je onaj ko je sposoban da prepozna biznis šansu, da definiše biznis ideju, da oceni da li ima šanse da je realizuje na tržištu i da to uradi. Taj proces se nikada ne završava, već pravi preduzetnik ponovo prepoznaje novu šansu i kreće u novi biznis. Dobro je ipak znati da u razvijanju svog biznisa potencijalni preduzetnici prvo moraju da ocede da li raspolažu potrebnim preduzetničkim sposobnostima.

Prvi korak u tome jeste testiranje preduzetnikovih osobina, drugi korak je izrada biznis-plana koji treba realno sagledati u smislu njegove ostvarljivosti, dok na kraju sledi njegova realizacija.

Nakon kampanje informisanja, u kojoj se ljudi upoznaju sa prednostima i uslovima pokretanja malih i srednjih prduzeća, u procesu edukacije ljude treba testirati da li su oni zaista u mogućnosti da budu preduzetnici.

ZAMBRANO_Pa, mi pričamo sa različitim ljudima kako bismo ih ohrabрили da postanu preduzetnici. Naravno, niko ne može da obuči sve ljude da to budu jer nisu svi za to ni sposobni. Projekti kojima mi rukovodimo nisu toliko usmereni na obezbeđivanje samih startap kredita već za pružanje pomoći određenim kategorijama stanovništva kako bismo ih edukativno i tehnički pripremili da mogu što uspešnije da konkurišu za dobijanje kredita. Naravno, tu postoji problem sa bankama koje se nerado odlučuju da preuzmu rizik i finansiraju one koji se odlučuju da počnu sopstveni posao. U toj kategoriji najviše je mladih koji najčešće nemaju imovinu koju bi mogli da stave u zalog kako bi dobili kredit. Ipak, najvažnije je da ljudi imaju dovoljno znanja kako bi prihvatili pravila igre i mogli sa njima da se nose. Onima koji nisu sposobni ili u mogućnosti da sami obezbede sredstva za život pomažemo kroz druge vidove našeg angažovanja. Tu mislim na humanitarne i socijalne programe koje smo veoma uspešno sprovodili proteklih godina.

Šta radi država, a šta mogu ljudi sami?

BRKANović_Država daje dve vrste pomoći – nefinansijsku i finansijsku. Nefinansijska podrazumeva sistem edukacije potencijalnih preduzetnika, jer to košta, a oni koji treba da otpočnu sopstveni posao najčešće nisu sigurni da li žele da investiraju u sticanje znanja pošto još nisu sigurni da li će uopšte ući u posao. Država organizuje jednodnevne seminare za testiranje zainteresovanih za počinjanje posla i višednevne seminare za edukaciju onih koji se opredele da se oprobaju u privatnom biznisu.

Što se tiče finansijske pomoći države, potrebno je pre svega razbiti jednu iluziju. Naime, u uspešne startap kreditne aranžmane nikada se ne ulazi isključivo tuđim sredstvima. Preduzetnik mora sam da vidi kakvim resursima raspolaže, koliko sredstava može sam da sakupi, pa tek tada konkuriše za razliku sredstva, a koja se daju iz fondova namenjenih podsticanju razvoja malih i srednjih preduzeća. To su obično mnogo jeftinija sredstva od kredita banaka koje inače i ne vole ili uopšte ne rade sa ovakvim klijentima. Što kažu, bankari uvek imaju i tregere i kaiš jer vole da se maksimalno obezbede za pozajmljena sredstva. To se i može razumeti jer o potencijalnim preduzetnicima oni nemaju nikakve finansijske pokazatelje kao što su bonitet,


finansijski izveštaji o poslovanju u proteklom periodu i druga dokumenta na osnovu kojih bi procenili rizik davanja sredstava.

ZAMBRANO_Mi pomažemo ljudima da se samoorganizuju, da ih banke drugačije gledaju kada dođu da traže sredstva. Pomažemo im da budu mnogo odlučniji i u stanju da rukovode projektima kako bi na osnovu toga uspele da obezbede sredstva za finansiranje poslova. Obezbeđivanjem kreditnih linija mi pomažemo i državi kako bi ona mogla da garantuje bankama nadoknadu rizika u koje se upuštaju finansiranjem novih preduzetničkih poduhvata. To svakako otvara mnogo novih šansi za one koji žele da se oprobaju kroz preduzetništvo. Naravno, za ovakve kredite mogu da konkurišu i oni koji su negde već zaposleni, a želeli bi da počnu sopstveni posao, kao i oni koji nisu mladi. Svi oni pre svega moraju da budu hrabri i preduzetnički orijentisani kako bi se upustili u dalji razvoj posla.

Da li su i koliko povoljni krediti koje za to daje država?

BRKANović_Država svesno preuzima rizik na sebe i kroz ovakve kreditne linije obezbeđuje finansijska sredstva za podsticanje razvoja privatnog biznisa. Ti "meki" krediti koje je obezbedila država bili su sa kamatnom stopom od jedan odsto, s počekom povraćaja od godinu dana, znači povoljniji od tržišnih. Drugi model finansiranja odnosi se na obezbeđivanje sredstava za otpočinjanje sopstvenog biznisa sa učešćem u vlasništvu novostvorene preduzetničke firme. U ovom drugom slučaju država to može da radi sa privatnim eikviti fondovima, pri čemu se za uložena sredstva u neku preduzetničku radnju dobija udeo u vlasništvu. Nakon što preduzetnička firma stane na svoje noge fond se povlači iz vlasništva prodajom dela vlasništva preduzetniku koji je pokrenuo posao. Ovi fondovi pomažu preduzetniku u upravljanju biznisom, tako da uz finansijsku pomoć on dobija i neophodno znanje za vođenje posla.

BRKANović_Država daje dve vrste pomoći – nefinansijsku i finansijsku. Nefinansijska podrazumeva sistem edukacije potencijalnih preduzetnika, jer to košta, a oni koji treba da otpočnu sopstveni posao najčešće nisu sigurni da li žele da investiraju u sticanje znanja pošto još nisu sigurni da li će uopšte ući u posao



ZAMBRANO_ U procesu približavanja EU vaša zemlja će morati da uskladi sve zakonske akte sa onima koji važe u zemljama članicama. Za sada u tome smetaju politički razlozi, ali je pozitivno to što Srbija već intenzivno radi na unapređenju svojih zakonskih propisa i njihovom usklađivanju sa zakonodavstvom EU

Zašto se ljudi ne usuđuju da ih uzimaju? Postoji li strah od novog kod onih koji kreću u posao? Koliko još mislimo socijalistički – sigurno radno mesto do kraja života, sigurnost...?

BRKANović_ Strah i nesigurnost svakako postoje jer smo 60 godina živeli u jednom sistemu vrednosti gde je "neko drugi mislio za vas" i ne možete ni očekivati da se za samo nekoliko godina promeni svest ljudi i da očekujete da bez problema svi oni preuzmu svoj život u svoje ruke. Taj proces osveščivanja i navikavanja na nove uslove će vremenom pokazati da nije strašno ako ste uzeli sredstva i počeli svoj posao, a još manje ako u tom pokušaju niste uspeali. U SAD, na primer, već dugo i rado daju šanse ljudima da počnu drugi i treći posao jer idu logikom da ni u čemu sve ne uspeva iz prvog puta. Taj stav prihvatila je i EU koja je doskoro po tom pitanju bila veoma rigorozna. Problem je i što kod nas ljudi, poučeni primerima privatnika koji su sopstveni posao pokrenuli u vreme socijalizma i veoma brzo zarađivali velika sredstva, misle da je to i danas moguće. Činjenica je da su poslovni uspesi takvih ljudi posledica veoma male ili nikakve konkurencije i da su sada takvi poslovni uspesi teško ostvarljivi. Sva istraživanja pokazuju da se profit danas može očekivati tek posle dve-tri godine poslovanja.

Koliko je smetnja to što se naši građani plaše štednje, kredita, hipoteka? Da li s razlogom?

BRKANović_ Mogućnost da se uzme novac ne plaši mnogo naše građane jer su iznosi startap kredita koje daje država 15.000-30.000 evra sa grejs periodom od jedne godine i kamaptnom stopom od jedan odsto, što je najpovoljniji kredit koji se može dobiti. Postoje ljudi koji su u bankama uzimali gotovinske kredite na lično ime kako bi imali početni kapital, a činjenica je i da vlasnici MPS veoma redovno vraćaju kredite bankama. Naravno, postoji strah kod onih koji uzimaju kredit za čije je obezbeđenje potrebno staviti određenu imovinu pod hipoteku. Ipak, uspešan preduzetnik nije onaj ko ima strah od neuspeha ili zaduživanja, već onaj ko razmišlja kako da realizuje svoje biznis-planove i prevaziđe probleme. Ako razmišlja samo o parama kao cilju, to takođe nije dobar reduzetnik, već samo ako razmišlja kako da dobro radi, ostvari poslovni uspeh, a zaradu shvata kao logičan rezultat takvog poslovanja.


ZAMBRANO_ Ne možemo naučiti svakog da bude preduzetnik, ali to nije ni ponuđeno onima koji nisu za to sposobni. Naša misija je da budemo više društveno orijentisani, ali ne zbog srpske strane ili srpskog bankarskog sistema koji će u budućnosti morati da pruži bolje usluge potencijalnim preduzetnicima. Zato se trudimo da podstaknemo bankarski sektor Srbije da potencijalnim preduzetnicima ponudi mnogo bolje uslove nego što je to danas slučaj.

Koliko stimulacija pomaže nezaposlenima da pokrenu biznis?

BRKANović_ Tokom 2007. godine država je dala oko 42,7 miliona evra za startap kredite kojima su finansirana 2.372 projekta na kojima su zaposlena 8.372 radnika. Potražnja je bila još veća. Preko Republičke agencije za mala i srednja preduzeća tokom prošle godine je organizovao 70 edukativnih seminara za 1.292 potencijalna preduzetnika. Nacionalna služba za zapošljavanje organizovala je 632 seminara za 17.685 lica sa evidencije za zapošljavanje i 441 obuku za 12.278 onih koji su pokazali interesovanje da počnu sopstveni posao. Suočavamo se zapravo sa tim da je tražnja za ovakvim sredstvima ogromna i da država nema dovoljno sredstava da zadovolji sve potencijalne preduzetnike. Ipak, mi preduzetnicima nudimo kompletan paket usluga, kroz nefinansijsku i finansijsku podršku, a i pojednostavili smo sistem registracije ovakvih firmi, tako da se sve završava za 48 sati. Radimo na tome da se ubuduće PIB broj takođe dobija u Agenciji za privredne registre. Usvajanje podzakonskih akta o elektronskom potpisu, koji će uskoro biti usvojen, omogućiće da se celokupna procedura registracije firme obavi od kuće. Sve ove napore prepoznala je i EU i priznala da smo značajno unapredili ovaj sektor. Takođe, država intenzivno radi i na osnivanju inkubatora koji pružaju odlične uslove za pokretanje poslova jer su u takvim zonama zajedničke funkcije koncentrisane tako da se troši manje sredstava.

ZAMBRANO_ Kada je reč o pomoći u promociji i razvoju malih i srednjih preduzeća u Srbiji, ona se odvija kroz finansiranje kreditnih linija namenjenih onima koji su se opredelili da počnu sopstveni posao. Takođe, obezbeđujemo finansijske programe namenjene interakciji privatnog bankarskog sektora i sistema MSP u lokalnim sredinama. Tako je preko Vlade Srbije obezbeđena kreditna linija koja MSP omogućava pristup povoljnim kreditima pri čemu garancijski fond pokriva rizični kapital preduzeća. Može se zato reći da je naše





BRKANOVIĆ Do 2001. godine nije bilo sistemske pomoći za MSP. Kroz promenu poslovnog ambijenta, uspostavljanjem potrebne institucionalne infrastrukture, pokrenuli smo jedan proces koji tek treba da da pune rezultate

angažovanje u proteklom periodu bilo, a biće i ubuduće, usmereno na jačanje ekonomskog i institucionalnog razvoja preduzetništva odnosno na podršku razvoju malih i srednjih preduzeća u Srbiji.

Tranzicija podrazumeva i promenu svesti. Kako to uraditi?

BRKANOVIĆ Do 2001. godine nije bilo sistemske pomoći za MSP. Kroz promenu poslovnog ambijenta, uspostavljanjem potrebne institucionalne infrastrukture pokrenuli smo jedan proces koji tek treba da da pune rezultate. U svemu tome koristili smo i iskustva razvijenih zemalja, ali i onih država koje su pre nas krenule u tranziciju. Do 2004. stepen razvoja MSP u Srbiji bio je daleko niži od evropskog proseka. Ipak, u poslednje dve godine Srbija se na tom planu ubrzano razvija, čemu su znatno doprinele sistemske mere koje smo preduzeli. Sve je rađeno u saradnji sa različitim donatorskim projektima koji su najpre bili usmereni na podizanje kapaciteta državnih ustanova da vode politiku razvoja sektora MSP. Sva bespovratna sredstva koja je država dobila korišćena su za promenu opšte poslovne klime i svesti ljudi koji bi sutra trebalo da pokažu preduzetnički duh. Znači, promocijom značaja preduzetništva i promenom uslova poslovanja podstiču se građani da drugačije razmišljaju, da probaju sami da započnu svoj biznis, ali što je najvažnije, da u njemu opstanu i da od njega mogu i da žive.

Koliko je korupcija smetnja pokretanju malog biznisa?

BRKANOVIĆ Istraživanje rađeno pre dve godine pokazalo je da su glavne prepreke u osnivanju i radu MPS korupcija i siva ekonomija. Samo njihovim suzbijanjem obezbediće se povoljnija klima za razvoj MSP. Uvođenjem savremenih sistema poslovanja smanjiće se mogućnost korupcije, a značajan uslov je i decentralizacija sistema dodele kredita. Što ta decentralizacija bude transparentnija, to će sve

manje biti mogućnosti za korupciju, ali to treba da važi i ne smo za dodelu kredita već i svake druge oblike pomoći, ali i za izdavanje raznih dozvola. Za suzbijanje sive ekonomije potrebno je promeniti regulativu tako da se omogući kreiranje povoljnijeg poslovnog ambijenta u kome neće moći da se koriste prednosti crnog tržišta i u kome će svi poslovati pod jednakim uslovima.

ZAMBRANO Problem korupcije postoji u svakoj zemlji, samo je negde manje a negde više izražen. Verovatno toga ima i u Srbiji, ali je važno reći da je za dobijanje kredita i za same banke mnogo bolje kada korupcije nema ili je tek sporadična. Veoma je zato važno da svako davanje sredstava ide preko banaka, jer je tada sve transparentno i javno, čime se i eliminiše mogućnost za korupciju.

Šta nude stranci i kakve kreditne linije i pogodnosti postoje?

BRKANOVIĆ Kako kompletan sistem pomoći MSP košta, država za to mora da obezbedi saradnju sa različitim međunarodnim institucijama. Tu pre svega mislim na Evropsku agenciju za rekonstrukciju i druge organizacije koje su finansirale projekte jačanja naših institucija kao što su Republička agencija za MSP i mreža regionalnih agencija, Nacionalna služba za zapošljavanje i druge. Sve ove institucije mogu da konkurišu i za dobijanje sredstava kod stranih fondova namenjenih jačanju MSP sektora. Kako ćemo ubuduće moći da koristimo sredstva iz prepristupnih fondova EU, sektor MSP Srbije će imati mnogo veće mogućnosti za razvoj.

ZAMBRANO Pomoć koju pruža naša organizacija, ali i druge strane vlade i institucije obezbeđuju manje komplikovan sistem za one koji počinju sopstveni posao od onog koji bi imali kada bi im izbor bio jedino da odu u banku i traže početna sredstva. Osim što im nudimo mogućnosti da pod povoljnijim uslovima apliciraju za dobijanje kredita, pomažemo im i pri izradi biznis-plana, ali i kada je reč o konsultantskim uslugama kako bi smanjili rizik od gubitka novca. Naravno, nije lako da se dobije novac jer krediti iznose od 50.000 do 1,5 miliona evra, što zavisi od projekata. Koliko mi je poznato, pomoć Srbiji u razvoju malih i srednjih preduzeća pružaju u Evropska banka za obnovu i razvoj, ali i pojedine nacionalne institucije Nemačke, Norveške, Švedske, Švajcarske i drugih zemalja. Ne znam da li oni obezbeđuju tehničku podršku, ali su već godinama prisutne u Srbiji.

Poslednjih godina Italija značajnim sredstvima i institucionalno-tehničkom podrškom nastoji da pomogne razvoj preduzetništva u Srbiji. Italija je bila među prvim zemljama koje su se direktno angažovale na tom planu, a to će, pokazuju planovi, činiti i ubuduće. Italijanska kooperacija u Srbiji, kao deo zvanične italijanske pomoći Srbiji, počela je sa radom 1995. godine i od tada, a naročito posle 2003, obezbeđuje kreditne linije i tehnološko konsultantske usluge za razvoj privatnog preduzetništva

Da li smo zakonski usaglašeni sa svetom?

BRKANOVIĆ U procesu približavanja EU svakako ćemo morati i da uskladimo naša zakonska rešenja. U podgrupi za razvoj industrije i preduzetništva postoji više od 300 propisa koje je potrebno prilagoditi. U sektoru MSP radi se o 15 propisa, ali to ne pojednostavljuje situaciju jer je politika MSP multisektorska, pa i druga ministarstva moraju da prilagode svoje propise, a koja posredno utiču na razvoj MSP. Do ulaska u EU moramo mnogo toga da promenimo – pre svega da radimo na intenzivnoj primeni Evropske povelje o malim preduzećima, što već radimo. Druga stvar je uspostavljanje srednjoročne politike razvoja MSP, na čemu smo već dosta odmakli usva-

janjem radne verzije strategije konkurentnosti i inovativnosti malih i srednjih preduzeća za period od 2008. do 2012. godine, a sada radimo na definisanju operativnih programa za njeno sprovođenje.

Treći korak je jačanje uloge Saveta za MPS, koji je vlada formirala da bi taj proces kreiranja i sprovođenja politike MSP bio što efikasniji i obezbedio neophodnu koordinaciju sa svim ministarstvima. Potrebno je i da uradimo analizu pravnog okruženja MSP, što će podrazumevati pojednostavljivanje neophodnih procesa koji opterećuju poslovanje ovih firmi.

Do 2010. godine EU planira da MSP budu kičma ekonomije, a da EU postane najkonkurentnija ekonomija na svetu. Mi sledimo taj model, jer, po podacima kojima država raspolaže, dve trćine zaposlenih u Srbiji radi u MSP, više od 60 odsto prometa ostvare ova preduzeća, 57 odsto dodate vrednosti, 40 odsto izvoza i 60 odsto uvoza. Sve to pokazuje trend stalnog povećanja učešća MSP u svim oblastima poslovanja. Ipak, zapažaju se i neke disproporcije koje moramo ispravljati. Tako 39 odsto svih MSP-a posluje na teritoriji Beograda i Južnobačkog okruga. Zato će budući napori biti usmereni na pospešivanje razvoja MSP sektora, pre svega u nerazvijenim područjima Srbije.

ZAMBRANO_Ne, naravno, jer Srbija još nije članica EU. Ipak, u procesu približavanja Evropskoj uniji vaša zemlja će morati da uskladi sve zakonske akte sa onima koji važe u članicama EU. Za sada u tome smetaju politički razlozi, ali je pozitivno to što Srbija već intenzivno radi na unapređenju svojih zakonskih propisa i njihovom usklađivanju sa zakonodavstvom EU.

I u svetu postoji problem nezaposlenosti. Kakva su njihova iskustva sa građanskim inicijativama za otpočinjanje posla?

BRKANović_Iskustvo iz drugih zemalja, ali i iz Srbije, pokazuje da je mnogo više preduzetničkih firmi opstalo ako su njihovi vlasnici pre otpočinjanja posla i u prve tri godine poslovanja raspolagali odgovarajućom nefinansijskom pomoći i ako su imali dobre savetnike od onih koji su počeli svoj posao bez bilo kakve nefinansijske pomoći.

MSP treba iskoristiti za privlačenje stranih investicija, za smanjenje regionalnih razlika i broja nezaposlenih. Cilj je da naša prednost ne bude jeftina radna snaga, jer mi bi trebalo po primanjima da dostignemo prosek EU gde plate nisu male, i da razvijamo preduzetničku ekonomiju zasnovanu na znanju i inovativnosti. Posdsticanje razvoja inovativnosti trebalo bi da se realizuje uvođenjem novih proizvoda, usluga, tehnologija i poboljšanjem poslovnih procedura. Potrebno je obezbediti da MSP dobijaju stalnu pomoć centara znanja, u čemu će im država pomoći. EU je odobrila projekat Srbiji kojim se Republičkoj agenciji za MSP omogućuje članstvo u mreži evropskih korespondentnih i inovacionih reley centara. Kroz taj projekat ćemo omogućiti našim MSP veze sa evropskim centrima znanja, olakšati transfer tehnologije. Sve to će ubrzati razvoj inovativnosti u MSP sektoru, a taj proces finansiraće se iz državnih i pretpristupnih fondova EU, što će MSP omogućiti bolje i efikasnije poslovanje.

ZAMBRANO_Možda je najbolji primer za poređenje Južna Italija od pre 25 godina. Tad je italijanska vlada za to područje osnovala Banku za jug, koja je finansirala razvoj malog i srednjeg biznisa i koja je bila veoma uspešna. Tada su u južnoj Italiji sprovedeni programi za pomoć ženama koje su želele da se bave preduzetništvom, što činimo i danas u Srbiji. Tako žene koje se osećaju bespomoćnim i uglavnom ne rade dobijaju mogućnost da urade nešto za sebe i društvo u celini. Nastojali smo zato da ih, ali i sve druge koji su zainteresovani, ohrabrimo da uzmu svoj život u svoje ruke i počnu da se bave nekim poslom, što je dalo veoma dobre rezultate.

Italijanska vlada se trudi da mnogo ne pita i ne kontrolise da li su oni koji su dobili kredite uspeli u svom poslu. Na normalnom tržištu postoji rok od dve godine kada se mogu očekivati prvi pozitivni rezultati otpočinjanja posla. Zato svima koji su dobili sredstva treba omogućiti da probaju koliko su uspešni i pomoći im da njihovi rezultati budu što bolji. ■

ZAMBRANO_Mi pomažemo ljudima da se samoorganizuju, da ih banke drugačije gledaju kada dođu da traže sredstva. Pomažemo im da budu mnogo odlučniji i u stanju da rukovode projektima kako bi na osnovu toga uspeli da obezbede sredstva za finansiranje poslova

Foodland

Vaso Lekić, proizvođač hrane



Autor serijala *Olivera Miloš Todorović*
Ilustracije *Ana Kraš i Jelena Šušnjar*

NA VEĆ NEKOLIKO NAJVEĆIH SVETSKIH SAJMOVA HRANE SRP-
SKA KOMPANIJA FOODLAND BILA JE ZAPAŽEN IZLAGAČ I PROIZ-
VOĐAČ. ZDRAVA, ORGANIK, HRANA JE SVETSKI TRŽIŠNI HIT I NIJE
NI ČUDNO ŠTO SU VELIKI TRGOVINSKI LANCI VEĆ ISKAZALI OZBIL-
JAN INTERES DA KUPUJU HRANU SPREMLJENU NA KOPAONIKU
OD VOĆA I POVRĆA KOJE JE RASLO U NETAKNUTOJ PRIRODI. PO-
SLE PROPASTI VELIKIH INDUSTRIJSKIH KOMBINATA KOJI SU PRO-
IZVODILI NA HILJADE TONA NEPRIMAMLJIVIH PREHRAMBENIH
PROIZVODA, U SRBIJI SE POSLEDNJIH NEKOLIKO GODINA POJAVI-
LO PET-ŠEST MALIH PROIZVOĐAČA HRANE, MALIH ZA SAD PO
OBIMU PROIZVODNJE, ALI ĆE TE KOMPANIJE USKORO POSTATI
NAJVEĆI IZVOZNICI HRANE. JER, SVETSKO TRŽIŠTE JE ZA TAKVU
VRSTU PROIZVODNJE I PROIZVODA ŠIROM OTVORENO.

KOMPANIJA FOODLAND D.O.O. OSNOVANA JE 1995 GODINE, KAO
VELIKI POVRATAK PRIRODI I ORIGINALNOM NAČINU ŽIVOTA BEZ
ADITIVA, KONZERVANSA I VEŠTAČKIH BOJA. NJEN VLASNIK VASO
LEKIĆ PROIZVODNJU KOMPANIJE ZASNIVA NA KONCEPTU MEDITER-
RANSKE DIJETALNE ISHRANE I PROIZVODNJI TRADICIONALNIH
SRPSKIH PROIZVODA.



Moram vam reći da je čitava ova priča sa Bakinom tajnom došla na neki način slučajno. Naime, pre šest godina smo uvideli prazan prostor na srpskom tržištu. I krenuli smo 2002. na jednoj njivi, u jednoj garaži sa dva-tri "smederevca". Bilo je puno problema sa radnom snagom, ali srećom mi smo ovde, u Brusu, u jednom domaćinskom kraju, gde žive domaćice koje umeju da kuvaju i koje znaju šta je vrhunski proizvod kad je reč o domaćem slatku, ajvaru, pekmezu i svim tradicionalnim proizvodima. Mi danas imamo dobre, kvalifikovane ljude, izuzetno obučene za posao koji rade.

Bakina tajna je koncept kuvanja u malim posudama, uz mešanje sve vreme.

Ovaj način je nezamisliv za savremenu industrijsku proizvodnju, da se ručno naliva, ali to je upravo ono što naši kupci i potrošači žele. Imamo jedan veliki povratak prirodi, povratak originalnom načinu života, gde je Foodland uskočio u pravo vreme. Znači, uskočio je u taj voz i sada se vozi. To je ono što opredeljuje strane potrošače da kupe naše proizvode, jer oni su zaboravili na te mirise, na takav način pripreme.

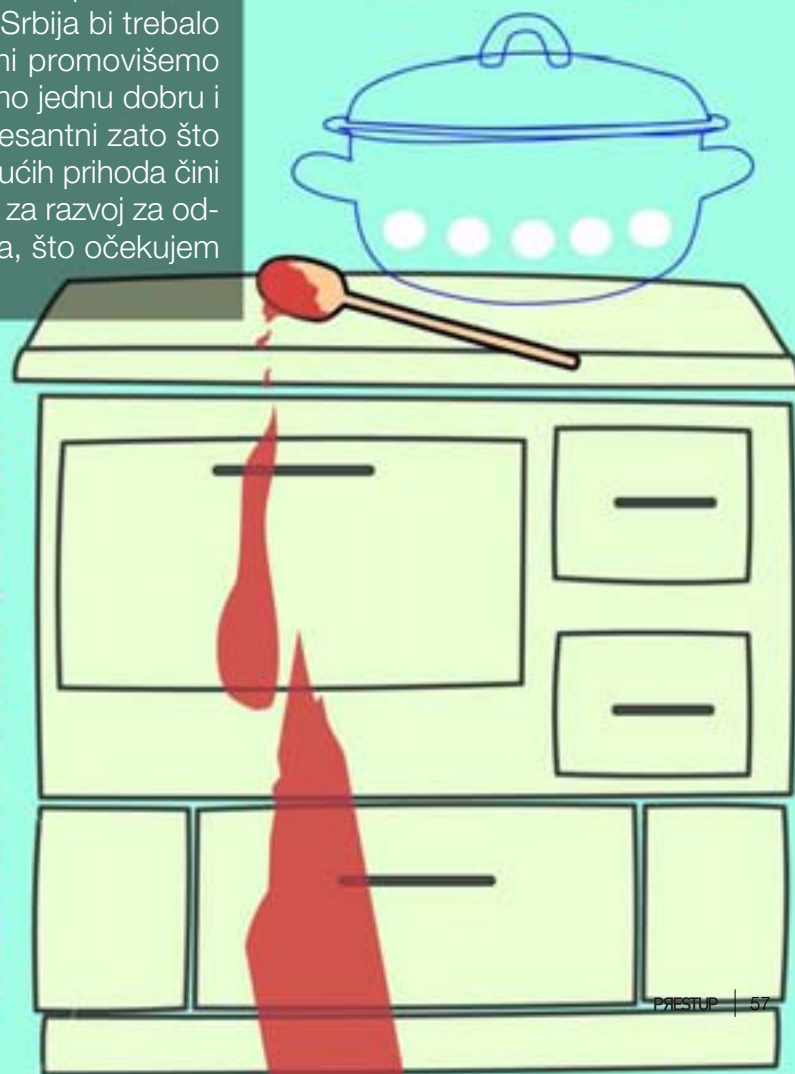
“ Očekujemo domaćinsko ponašanje države. Država je već na jedan način učinila vrlo dobre, pozitivne korake i omogućila nam da uđemo u program dodele bespovratnih sredstava u iznosu od 200.000 evra, koji bi trebalo da bude realizovan već u naredne tri godine za otvaranje sto novih radnih mesta.

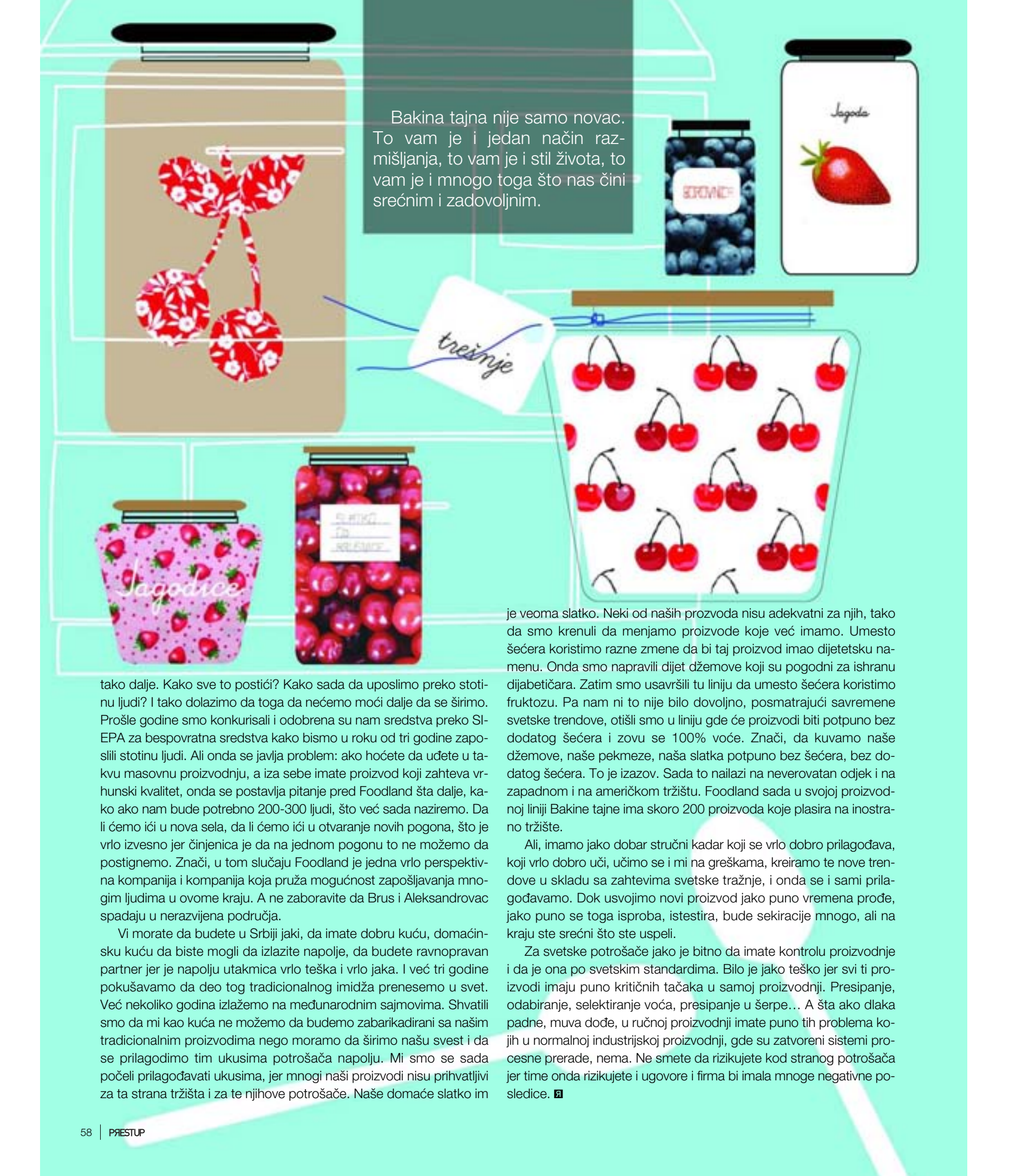
Sa te strane mi smo jako zadovoljni, a sa druge strane, Foodland ne može da stane. Da bismo zadovoljili sve te inostrane porebe, mi računamo na izgradnju jedne savremene fabrike. Srbija bi trebalo da podrži svoje prave i nacionalne vrednosti, a mi promovišemo srpski nacionalni proizvod. Znači, sa te strane širimo jednu dobru i toplu priču o Srbiji. Sa druge strane, mi smo interesantni zato što smo izvozno orijentisana firma, 70 odsto naših budućih prihoda čini izvoz. U tom smislu mi smo i konkurisali kod Fonda za razvoj za određena sredstva po povoljnijim kamatnim stopama, što očekujem da će se u narednom periodu i ostvariti.

”

Naša linija zdrave hrane pripremljena je na tradicionalni način bez aditiva, konzervansa i veštačkih boja. Naše bake nisu znale za aditive, konzervanse i mi doprinosimo zdravijem načinu življenja. Sa druge strane, pratimo svetske trendove. U svetu je jako interesantna proizvodnja biološki zdrave hrane. Ovaj potkopaonički kraj je prepun voća i povrća. Mi šumske bilje skupljamo u okolini i nema tretmana hemijskim sredstvima, direktno iz šume, direktno sa livada dolaze ti plodovi i mi ih odmah ubacujemo u proizvodnju ili ih skladištimo i od njih pravimo naše proizvode. Segment organske, bio-hrane, u mnogim zemljama zapadne Evrope čini od 15, pa čak i do 20 procenata tržišta, sa velikom tendencijom rasta – svake godine raste 20-25 odsto, čemu smo mi posvetili posebnu pažnju.

Međutim, sada kad je taj proizvodni program narastao, a koncepcija Bakine tajne doživela veliki bum, ne samo na domaćem nego i na inostranom tržištu, postavlja se pitanje kako dalje. Mi ovde imamo jedan vid ograničene manuelne proizvodnje koja daje vrhunski kvalitet. Proizvedemo svega 80-100 tona mesečno, to je nekih 1.000 tona godišnje, a već imamo zahteve za 2.000 i 3.000 tona, i





Bakina tajna nije samo novac. To vam je i jedan način razmišljanja, to vam je i stil života, to vam je i mnogo toga što nas čini srećnim i zadovoljnim.

tako dalje. Kako sve to postići? Kako sada da uposlamo preko stotinu ljudi? I tako dolazimo da toga da nećemo moći dalje da se širimo. Prošle godine smo konkurisali i odobrena su nam sredstva preko SI-EPA za bespovratna sredstva kako bismo u roku od tri godine zaposlili stotinu ljudi. Ali onda se javlja problem: ako hoćete da uđete u takvu masovnu proizvodnju, a iza sebe imate proizvod koji zahteva vrhunski kvalitet, onda se postavlja pitanje pred Foodland šta dalje, kako ako nam bude potrebno 200-300 ljudi, što već sada naziremo. Da li ćemo ići u nova sela, da li ćemo ići u otvaranje novih pogona, što je vrlo izvesno jer činjenica je da na jednom pogonu to ne možemo da postignemo. Znači, u tom slučaju Foodland je jedna vrlo perspektivna kompanija i kompanija koja pruža mogućnost zapošljavanja mnogim ljudima u ovome kraju. A ne zaboravite da Brus i Aleksandrovac spadaju u nerazvijena područja.

Vi morate da budete u Srbiji jaki, da imate dobru kuću, domaćinsku kuću da biste mogli da izlazite napolje, da budete ravnopravan partner jer je napolju utakmica vrlo teška i vrlo jaka. I već tri godine pokušavamo da deo tog tradicionalnog imidža prenesemo u svet. Već nekoliko godina izlažemo na međunarodnim sajmovima. Shvatili smo da mi kao kuća ne možemo da budemo zabarikadirani sa našim tradicionalnim proizvodima nego moramo da širimo našu svest i da se prilagodimo tim ukusima potrošača napolju. Mi smo se sada počeli prilagođavati ukusima, jer mnogi naši proizvodi nisu prihvatljivi za ta strana tržišta i za te njihove potrošače. Naše domaće slatko im

je veoma slatko. Neki od naših proizvoda nisu adekvatni za njih, tako da smo krenuli da menjamo proizvode koje već imamo. Umesto šećera koristimo razne zмене da bi taj proizvod imao dijetetsku namenu. Onda smo napravili dijet džemove koji su pogodni za ishranu dijabetičara. Zatim smo usavršili tu liniju da umesto šećera koristimo fruktozu. Pa nam ni to nije bilo dovoljno, posmatrajući savremene svetske trendove, otišli smo u liniju gde će proizvodi biti potpuno bez dodatog šećera i zovu se 100% voće. Znači, da kuvamo naše džemove, naše pekmeze, naša slatka potpuno bez šećera, bez dodatog šećera. To je izazov. Sada to nailazi na neverovatan odjek i na zapadnom i na američkom tržištu. Foodland sada u svojoj proizvodnoj liniji Bakine tajne ima skoro 200 proizvoda koje plasira na inostrano tržište.

Ali, imamo jako dobar stručni kadar koji se vrlo dobro prilagođava, koji vrlo dobro uči, učimo se i mi na greškama, kreiramo te nove trendove u skladu sa zahtevima svetske tražnje, i onda se i sami prilagođavamo. Dok usvojimo novi proizvod jako puno vremena prođe, jako puno se toga isproba, istestira, bude sekiracije mnogo, ali na kraju ste srećni što ste uspeli.

Za svetske potrošače jako je bitno da imate kontrolu proizvodnje i da je ona po svetskim standardima. Bilo je jako teško jer svi ti proizvodi imaju puno kritičnih tačaka u samoj proizvodnji. Presipanje, odabiranje, selektiranje voća, presipanje u šerpe... A šta ako dlaka padne, muva dođe, u ručnoj proizvodnji imate puno tih problema kojih u normalnoj industrijskoj proizvodnji, gde su zatvoreni sistemi procesne prerade, nema. Ne smete da rizikujete kod stranog potrošača jer time onda rizikujete i ugovore i firma bi imala mnoge negativne posledice. ■

The background features a light pink color with white abstract lines. On the left, there is a blue bag with a yellow and black striped bottom and a blue strap. Above it, a foot is shown with a pink nail. On the right, there are two black shoes with yellow and red stripes. The text 'studio lidija jovanović' is written in a white, cursive font, with 'dizajn i proizvodnja obuće i torbica' in a smaller, similar font below it.

studio lidija jovanović

dizajn i proizvodnja obuće i torbica

BREND JE UŠAO U NAŠE ŽIVOTE. I KOD POTROŠAČA, ALI I KOD PROIZVOĐAČA. DA BI SE NEŠTO DOBRO PRODAVALO, MORA DA JE BREND, A BREND JE ONO ŠTO KUPCI VOLE. AKO NEGDE IMA MNOGO KVALITETNIH I PREPOZNATLJIVIH BRENDOVA, TO JE TRŽIŠTE OBUĆE. A DA BI NEKO DOŠAO I OPSTAO NA TOM TRŽIŠTU, MORA SVAKODNEVNO DA SE TRUDI, DA U SVOJE PROIZVODE UGRAĐUJE ZNANJE, KREATIVNOST I MAŠTOVITOST. I SVE TO TREBA DA BUDE UPAKOVANO U PROIZVOD ČIJA ĆE CENA BITI PREPOZNATLJIVA ODREĐENOM POTROŠAČKOM KRUGU. CIPELA NIJE SKUPA AKO JE UDOBNA I LEPA, TAKO NAJČEŠĆE GOVORE ŽENE, NAJBOLJI POTROŠAČI U OVOJ INDUSTRIJI.

LIDIJA JOVANOVIĆ, VLASNICA STUDIJA ZA DIZAJN I PROIZVODNJU OBUĆE, POSLE VIŠEGODIŠNJEG ISKUSTVA NA POSLOVIMA UMETNIČKOG DIREKTORA U KOMPANIJI JOSHUA I DIZAJNERA U FIRMI LABRADOR, ODLUČILA JE DA STEČENO ZNANJE PRIMENI U KREIRANJU NOVOG BRENDA POD VLASTITIM IMENOM.

U poslu sa cipelama našla sam se sasvim slučajno. Završila sam Fakultet primenjenih umetnosti i ideja mi je bila da se bavim drugim vrstama dizajna. Ljubav prema cipelama postojala je, ali samo na osnovu toga što sam bila više potrošač nego što sam bila zainteresovana da se bavim njihovom proizvodnjom. U jednom momentu ukazala mi se prilika da odem u London i malo više naučim o dizajnu obuće. To mi se dopadalo kao ideja. Međutim, i dalje nije delovalo da će ovde biti mogućnosti da se čovek time bavi na kreativan način. Kod nas je obućarstvo oduvek vezivano za starije ljude koji rade klasično. Osim industrije obuće, malo je bilo malih firmi koje su se bavile obućom na zanimljiv način. Onda sam se prijavila na nagradni konkurs firme Joshua za idejno rešenje. Na osnovu radova koje sam predala pozvali su me da budem saradnica u nekom projektu i posle toga, vrlo brzo, postala sam umetnički direktor te firme.

Naučila štošta putujući prvenstveno u Italiju i vodeći proizvodnju. Tako sam shvatila da bih možda mogla da radim i rodila se ideja da pokrenem nešto samostalno.

Od samog starta ideja je bila da posao bude neka vrsta porodičnog udruženja. Nebojša Bročić i ja pokrećemo projekat u kome je trebalo da dođe do izražaja umetnička komponenta cele priče. Međutim, za poslednje dve godine, koliko postoji firma, pokazalo se da to može da bude i vrlo isplativ posao i pretvorio se u pravi biznis.

Nebojša Bročić - Mi smo pokušali kod nas u studiju da posao u organizacionom smislu bude bitno različito nego što je uobičajeno u ovim krajevima. Neke od tih organizacionih ideja pokupio sam iz puzorišnog sveta, pogotovu sa Zapada, gde pokušavaju da organizuju poslovanje na sistemu obrnute piramide. To znači da se očekuje

pomoć od menadžmenta. Nemoguće je da menadžer u savremenom poslu poznaje 20 radnih operacija. Ja kao menadžer u studiju koordiniram rad svih ostalih ljudi, a ne prenosim im naloge koje oni treba da realizuju. Četvoro ljudi to radi, i naša Lidija Jovanović, vlasnica i dizajnerka. Pokušavam da koordiniram našu proizvodnju, plasman i da učinim značajnije marketinške napore kojima bismo pozicionirali brend kako treba.

Lidija Jovanović_U studiju slovenačke firme Kopitarna, koja ima svoje predstavništvo ovde, sa Milančetom, našim modelarom, radimo modele kalupa po mom crtežu. To je, u stvari, jedinstvena prilika da se tako nešto uradi, i ljudi koji se bave obuçarstvom znaju koliko je teško dobiti taj prvi kalup i koliko je bitno da onaj ko to radi ima veštu ruku i da se dobro snalazi. Ono što postižemo ovde u ovoj modelarnici i što radimo na samom početku meni je najdraži deo posla, jer to je deo u kome se kreira vizuelni identitet kolekcije, pošto od kalupa sve zavisi, a i najkreativniji je. Nešto potpuno novo se rađa. Prototip se skenira u mašini. Zato je jako važno da je prototip dobro urađen, da je besprekorno čist, da nema nikakvih grešaka, jer se svaka greška skenira na toj mašini. Kasnije se internetom šalje na mašinu u matičnoj kući Kopitarne u Sloveniji, i umnožava se serija. Tako da, ako odavde krene nešto kako ne valja, onda imamo umnoženu grešku. I ovaj deo posla je temelj svemu što kasnije radimo.

Milorad Milkovski_Ja ovaj posao radim već 40 godina. Sa Lidijom saradujem izvanredno. Ona posao razume. Njeni zahtevi se uvek ispune jer su realni i nemamo puno problema, i otprilike u istom cugu uradimo posao. Tako da se o njenom poslu čuje u stručnim krugovima, kako lepo radi, kako hoće mnogi da je kopiraju zato što izvanredno radi. Ideje su nove, i to je to.

Nebojša Bročić_Konkretno, za naše poslovanje najvažnije je pravilno pozicioniranje brenda, ma kako to sada zvučalo kao opšte mesto. Ljudi vole da koriste te egzotične termine, marketiranje, brendiranje, ali smisao je u tome da se omogući klijentima da pravilno razumeju korist od korišćenja određenog proizvoda. Evo, u ovom slučaju, pošto se radi o modi, to podrazumeva još sofisticiranije tehnike brendiranja. I u savremenoj modi stvari su se drastično promenile, ide se na industrijalizaciju, masovnu proizvodnju. Čak i neke čuvene modne kuće koje su radile i male tiraže i specifične proizvode sada su okrenute masovnoj proizvodnji. Mi imamo nešto drugačiji put. Radimo unikatne stvari u malim serijama, ručno rađene u velikoj meri, drugačije nego što je uobičajeno. I tim pre je važnije da pravilno pozicioniramo naš brend, pogotovu zato što je konkurencija, pre svega strane robe, u oblasti mode neverovatna. A dodatna specifičnost je što su naši kupci doskora verovali da je, pre svega italijanska cipela, jedino merilo kvaliteta. I čini mi se da uspevamo da kroz





brendiranje naših proizvoda sve širi krug ljudi privučemo i domaćem proizvodu. Mislim da smo pošli od brenda, mislim da je to pravilno, ali bez kvalitetnog proizvoda mislim da je apsolutno nemoguće brendirati bilo šta.

Nebojša Bročić_Izvori sredstava na početku su bili dvostruki. Bilo je oko 50 odsto privatnog novca i na samom početku rada smo od Fonda za razvoj dobili kredit.

Kredit tog fonda dobili smo zaista jednostavno. Procedura ne traje predugo i ta administracija koja treba da se obavi zaista nije preterano komplikovana. Doduše, traže dosta ozbiljnih garancija za te kredite, ali je i dalje krajnje povoljan. Ima godinu dana grejs perioda, kredit je na pet godina sa tri odsto kamte. To je zaista nešto što i mala preduzeća na početku poslovanja mogu relativno lako da podnesu. Postoje, naravno, i bankarski krediti koji su mnogo skuplji, ali ako čovek ima konkretnu poslovnu ideju, ako mu novac treba za konkretnu realizaciju neke poslovne akcije i taj novac može da vrati u nekom normalnom periodu, to čak nije preterano nedostupno. Tako da mi

se čini da ta procena o tome da je novac ključni problem u poslovanju kod nas možda baš i ne stoji. Pre se radi o nedostatku znanja, menadžmentskih i organizacionih veština i svežih ideja.

Otprilike, 50 odsto sredstva uzeli smo iz kredita, a 50 odsto privatnih. I od tada do danas preduzeće smo koje se samo finansira. Sa porastom interesovanja, pre svega iz inostranstva, javlja se potreba da se jedan deo naše proizvodnje finansira.

Nemamo problem sa finansiranjem, nemamo problem sa administracijom, nemamo problem ni sa porezima. Naš najveći problem je to što nam poslovanje sa inostranstvom otežava izolovanost u kojoj je naša zemlja još uvek.

Ivana Trajković, menadžer prodaje_Ja sam odgovorna za domaće i inostrano tržište. Poslednjih pola godine uspešno izvozimo za Johanezburg. Tamo je otvoren Studio "Lidija Jovanović". U pregovorima smo i sa nekim drugim zemljama, Kanadom, Nemačkom... Planiramo da radimo jedan plasman za Italiju, a trenutno je u toku izvoz za Crnu Goru. Trudimo se, naravno, da svima izađemo u susret jer shvatili smo da je svima interesantan koncept našeg rada, tačnije ručna izrada i uopšte materijali koje koristimo i dizajn koji je Lidija obuhvatila po svetskim i evropskim standardima.

Nebojša Bročić_Pre nego što smo započeli bilo kakvu ozbiljnu proizvodnju i organizaciju posla uradili smo biznis-plan. Pokazalo se da je apdejtovanje biznis-plana podjednako važno kao i njegovo koncipiranje na startu poslovanja. Neophodno ga je obnavljati jer se stvari veoma brzo menjaju. Mi smo otprilike godinu dana ispred naših planova, što je sjajno, ali podrazumeva i nekakva brza apdejtovanja i formulaciju novih ideja. Veoma je važno i da zaposleni u preduzeću budu upoznati sa detaljima biznis-plana. Najčešće se kod nas pravi biznis-plan da bi se dobio kredit. A to je jedan fantastičan dokument koji čoveka može svakoga dana, ako ga prelistava, da podseti na to odakle je krenuo i u kom pravcu ide.

Već sada imamo potrebu za novim radnim mestima i nama bi svakako više odgovaralo da su porezi na plate manji. Oni su sada 70 odsto i to je preveliko opterećenje za nova radna mesta. Sa nešto manjim porezima na plate svi bi bili raspoloženi da zapošljavaju ljude potpuno legalno i da rade sasvim opušteno i u skladu sa zakonom.

Lidija Jovanović_Prvobitna motivacija je bila želja da se pokaže da nešto kreativno može da bude i komercijalno. Međutim, sada stvarno počinje da sve to što se radi ostavlja nekog traga. Vidi se neka promena na ljudima koji dolaze, vidi se da se to njih tiče. Sada sa izvozom koji radimo to počinje da se širi na neki veći plan i prosto meni kao dizajneru jako mnogo imponuje to što imam prilike da se van granica naše zemlje realizujem. A, osim toga, i finansijski uspeh svakako donosi određenu satisfakciju.

Moje iskustvo u Srbiji pokazuje da do uspeha vodi jako puno danonoćnog rada. Uslovi u kojima se radi u ovoj zemlji vrlo često nisu na nivou nečega što čovek može da pojmi. Znači, treba jako mnogo rada, jako mnogo volje, ljubavi i, mislim, jedna dobra doza sreće da bi čovek imao i uspeha. A moja poslovna i životna deviza jeste: sreća prati hrabre. ■

NAMEŠTAJ

BIODESIGN I STUDIO C-1
ALEKSANDRA MATIĆ I MILOŠ JEREMIĆ

KAD ČOVEK PROŠETA U MARTU KROZ HALE SAJMA MALE PRIVREDE U MINHENU, ČUDOM NE MOŽE DA SE NAČUDI KOLIKA JE MAŠTA LJUDI DA OSMISLE I PROIZVEDU RAZNE KOMADE NAMEŠTAJA ZA KUĆU I KANCELARIJU. A KOLIKO JE TO RAZVIJEN BIZNIS, NAJBOLJE SE VIDI U DANSKOJ – NA STOTINE MALIH DIZAJNERSKIH STUDIJA OSMIŠLJAVA STOLICE ZA ODMOR, STOLICE ZA POSAO, STOLICE ZA GLEDANJE TV-A, RADNE STOLOVE, FOTELJE, LAGANE LEŽALJKE... VEĆINA TIH PROIZVOĐAČA POČELA JE KAO DIZAJNERSKI STUDIO I VREMENOM SU POSTALI CENJENE UMETNIČKE KOMPANIJE ČIJE PRODAVNICE DANAS KRASE CENTAR KOPENHAGENA. KONKURENCIJA I TRŽIŠTE TERAJU IH DA SE UDRUŽUJU, KAKO BI LAKŠE DOŠLI DO KAPITALA, A DRŽAVA IM PRUŽA OLAKŠICE TAKO ŠTO IM NA PERIFERIJU VELIKIH GRADOVA OMOGUĆAVA DA LAKŠE DOĐU DO PROSTORA ZA PROIZVODNE POGONE.

NA KRAJU, OD TOGA SVI IMAJU KORISTI.

ALEKSANDRA MATIĆ VLASNICA JE BIODESIGNA, NOVOSADSKÉ KOMPANIJE ZA DIZAJN I ENTERIJER. ONA JE ŽENA PREDUZETNIK U INDUSTRIJI NAMEŠTAJA I OSIM PROIZVODNOM UNIKATNIH SOFA, MENADŽERSKIM POSLOM, BAVI SE I MAJSTORIMA I KONTROLIŠE CELU PROIZVODNJU. POČELA JE DA SE BAVI OVIM POSLOM PRE 15 GODINA.

BIODESIGN VEĆ DUŽE SARADUJE SA STUDIOM C-1 IZ BEOGRADA, ČIJI JE JEDAN OD VLASNIKA MILOŠ JEREMIĆ. SA OVIM STUDIJOM ZA PROJEKTOVANJE I PROIZVODNJU NAMEŠTAJA, BIODESIGN SE PRASTATA U PORODIČNI BIZNIS.



Aleksandra Matić, proizvođač nameštaja iz Novog Sada_Ja sam dizajnerka, enterijerista i ovim poslom sam počela da se bavim pre 15 godina. U to vreme bila je velika potreba da se opremaju objekti koje projektujemo, a u našoj zemlji nije mogla da se kupi čak ni čokolada i osnovne namirnice, a kamoli da je moglo da se misli na trgovinu dizajniranim nameštajem. Da bismo imali kvalitetne objekte, krenuli smo da isctavamo nameštaj klijentima kojima smo opremali stanove, kuće i već poslovne objekte. U prvo vreme te proizvode radile su druge proizvodnje, odnosno fabrike, mi smo radili crteže, nosili ih kod njih, pratili tok proizvodnje i pokušavali na taj način da dobijemo kvalitetno opremljen objekat. Vremenom su se ukazale mogućnosti da i mi otvorimo svoju proizvodnju, da realizujemo sami svoje crteže, po prihvatljivoj ceni.

Danas u našoj firmi ima 30 stalno zaposlenih radnika u proizvodnji, a kada imamo više posla, mi angažujemo radnike na privremeni rad, tako da bude i 30-40 ljudi, u zavisnosti od ugovora koje imamo.

Moj posao je da uradim dizajn proizvoda, da se nađem sa klijentima, da pronađem adekvatne materijale za proizvode. To nimalo nije lako, jer mi još uvek nemamo razvijeno tržište na kome možete naći najnovije sirovine od kojih biste uradili kvalitetan proizvod. Tako da je moj posao, između ostalog, i da se promuvam po svetu, na sajmovima pronađem prave poluproizvode, propratim trendove u oblasti industrije nameštaja, i onda to oformim u crtež, koji ide u proizvodnju. Tamo obavim razgovore sa poslovođama koji taj isti crtež sprovode u delo. Moje je da izvršim kontrolu procesa proizvodnje pošto je naša proizvodnja kompleksna i ima četiri sektora, stolare, bravare, farbare i tapetare. I onda, u završnoj fazi, nameštaj se šalje kamionima za Beograd, Mađarsku, Crnu Goru...

Možda na prvi pogled izgleda da jedna žena ima manji autoritet, pogotovu u proizvodnji, ali vremenom se uspostavi adekvatan odnos i ja u svojoj proizvodnji nemam nikakav problem sa majstorima. Mislim da je njima čak i simpatično što u firmi imaju ženu koja gura posao. Rado o tome pričaju i hvale se.

U Srbiji nema puno kompanija koje se bave proizvodnjom dizajniranog nameštaja, tako da konkurencije u smislu dizajna jedva da ima. Većina firmi je okrenuta ka komercijalnim i jeftinijim proizvodima, manje dizajniranim, tako da ih oni prodaju mnogo više nego mi. Zato smo se mi opredelili za drugu vrstu proizvoda. Osnovno je da proizvod bude kvalitetan i visokodizajniran, atraktivan i konkurentan proizvodima na evropskom tržištu koje je nama neka vrsta uzora. To su proizvodi sa kojima želimo da se takmičimo.

Naše tržište za eksperimentalni dizajn definitivno nije spremno. Avangardni dizajn svodi se na sada moderne sofe, ja ih zovem koc-kice, svedenih formi i minimalističke. To je za većinu naših klijenata avangarda. Tako bi avngardan i moderno dizajniran proizvod bio potpuno neprihvatljiv za naše tržište. Zato se mi ne usudujemo da ih radimo, čak ni kao neku vrstu brendiranja, jer bi, ovog momenta, suviše velika ekscentričnost u serijskoj proizvodnji sasvim sigurno negativno obeležila firmu. Mi ekstravagantne i ekscentrične modele isključivo radimo za dizajnirane projekte. Oni se rade, ali ne kao serijski proizvodi. Za njih još uvek nema mesta na našem tržištu.

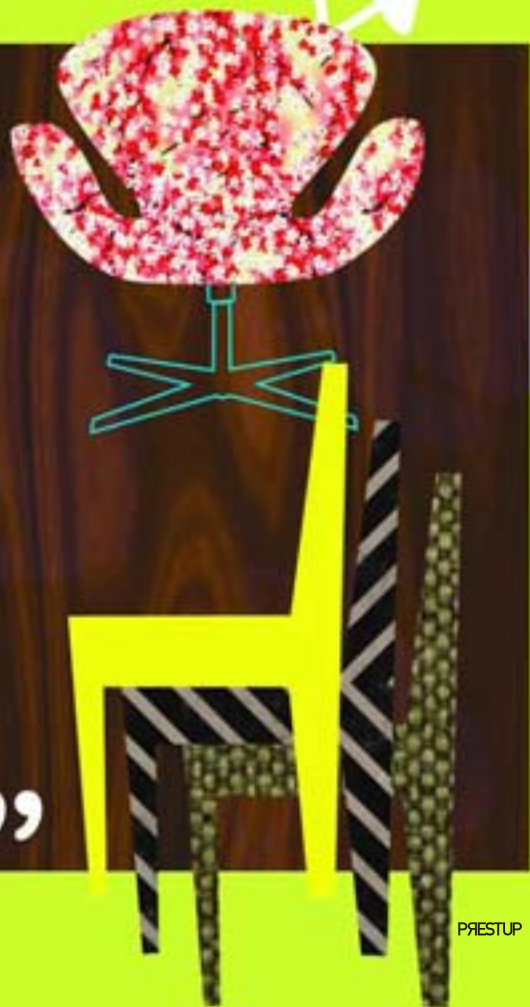
Međunarodno tržište se prati kroz rad renomiranih proizvođača u oblasti nameštaja. Obavezne su posete sajmovima. Naravno, odlazi se u njihove fabrike. Prati se tržište repromaterijala. Svaku novinu koja se pojavi te fabrike istaknu na svojim odlično opremljenim sajto-vima, tako da ne mora čak ni da se ide do Milana ili do Londona da bi

”

Miloš Jeremić, proizvođač nameštaja iz Beograda

Studio C-1_Nakon što sam završio fakultet počinje realizacija prvih projekata, pojavila se potreba za izradom nameštaja koji sam ja dizajnirao, tako da je bilo logično da krenemo sa proizvodnjom nameštaja. U tom trenutku u Srbiji nije bilo mnogo dizajniranog nameštaja, nije bilo ni puno majstora koji su mogli da proizvedu nameštaj prema crtežima. Onda smo se mi organizovali i krenuli sa porodičnim poslom. Firma postoji od 1998. godine. Suvlasnici smo moja majka, sestra i ja. Pre tri godine preselili smo se u ovu halu. U isto vreme kad smo krenuli sa poslom kupili smo i parcelu. Bilo je logično da će se industrijska zona formirati oko autoputa. Najveće iskušenje bilo je da se napravi brend koji bi bio prepoznatljiv. Da se naš nameštaj, dizajn i projektovanje prepoznaje, da sa takvim dizajnom opstanemo na našem tržištu i da razvijemo proizvodnju i ceo posao. U principu, sve što smo finansirali, finansirali smo iz posla i još uvek je sve u nekoj izgradnji. Još se razvijamo. To je mukotrpan posao i dugačak put.

”



se pratilo šta se dešava u industriji nameštaja. Isto tako se prati rad najjačeg dizajnera na svetskom tržištu, tako da naša firma ide ukorak sa trendovima u Evropi. Ali, ja se nadam da će to drugi reći. U svakom slučaju, to je naš cilj.

Jednim od svojih najvećih uspeha smatram učestvovanje na konkursu projekta Splendid u Bečićima. Uspela sam da pobedim na tom međunarodnom konkursu. Kao projektant enterijera predvidela sam i moje proizvode. U početku su bili nespremni, mogu reći, nisu želeli da ih kupe, jer na hotelima su radile isključivo jake evropske firme, najveći brendovi za opremanje. Sačekala sam svojih pet minuta. To je bilo kad su ti "veliki" počeli da kasne, a hotel sa pet zvezdica, investicija od oko 100 miliona evra nije mogla da čeka. Nisu se adekvatno pokazali i tu se napravio prostor da se ubacimo mi kao domaći proizvođači. I, na našu veliku sreću, mi smo se pokazali adekvatno, ispunili smo sve rokove, kvalitet. Kontrola kvaliteta za nas je naravno bila stroža nego za strance. Proizvod je bio potpuno dobar i nakon prve isporuke nameštaja mi smo dobili mogućnost da i dalje radimo za njih, tako da smo opremili u tom hotelu Splendid skoro dva sprata nameštajem tipa sofe, stočići i razne sitnice.

Ja firmu vidim na sajmu u Milanu i nadam se da će biti mogućnosti. To je ovog momenta neostvarljivo jer je sajam u Milanu skup. Ali postoje neki programi za podršku izvoza i tu bi država u svakom slučaju mogla da pomogne. Mogli bi da objedine par manjih proizvođača, da nam pronađu prostor na sajmu u Milanu kao privreda Srbije, da to ne bude Simpo i neki veliki proizvođači, nego da nas manje proizvođače imaju u vidu, da i mi probamo sa dizajniranim proizvodima da napravimo neki brend za Srbiju koji će moći da se izvozi i da ostvarimo neki prihod za našu zemlju.

Veliki problem u proizvodnji jeste to što nemamo prave serije. Ne možemo da kupimo skupu mašinu od 500.000 ili milion evra i da zamenimo ljude mašinama. Svaka ta mašina za nas je neisplativa. Da radimo do kraja života, nemamo mogućnosti da napravimo toliko proizvoda. Tako da je velika prepreka u ovom poslu to što je Srbija

mala i što je okolno tržište malo, a izlazak van ovog tržišta je težak. Trebaju nam vize, nemamo regionalnu saradnju, niti pomoć države u plasmanu tih proizvoda na neka tržišta koja su bogatija. Sudbina svih domaćih proizvođača je da rade jeftinu proizvodnju, gde je veliko učešće rada, a tehnologije jedva da ima. Mi svi radimo na polovnim i jeftinim mašinama i pokušavamo da kroz rad napravimo te proizvode. Tako da se onda javlja drugi problem u proizvodnji, a to je da nema dovoljnog broja radnika. Treba naći kvalifikovane radnike koji nisu priučeni, na primer stolare. U tu grupu problema bismo mogli da svrstamo nemogućnost da se lako nabavi građevinsko zemljište, da se sazida hala, da se dobije neki kredit, da se dobije bilo kakva pomoć od grada ili države, pa da se naprave male industrijske zone u kojima će se manje firmi naći. Kad bismo bar dobili besplatnu zemlju ili zemlju na otplatu na duži rok, kredite za dizanje sopstvenih objekata, onda bismo mogli i da se širimo i da primimo nove radnike.


Drugi problem je, ako učestvujete na tenderu za veliki posao od 200.000 - 300.000 do pola miliona evra, onda vam svi traže bankarsku garanciju. Banke nisu naši partneri. One su rigorozne, traže savršene papire da bi izdale garanciju, a nama je potrebna banka koja će biti učesnik u tom zajedničkom poslu.

Moja najveća motivacija u poslu je da radim posao koji volim. Kad čovek ima svoju firmu, onda može da utiče na to šta će raditi. Tako da ja sebi planiram dan, gledam da što više u njemu bude lepih stvari u kojima uživam. Mogu slobodno da kažem da je moj najveći motiv lična sloboda koju dobijam kroz rad u sopstvenoj firmi. To mi je najveći pokretač u životu iz koga crpim svu svoju kreativnost, sreću, zadovoljstvo. ■



bolnica trifunović

dr. Bratislav M. Trifunović



PRIVATNE ZDRAVSTVENE USTANOVE POSTALE SU NEZAOBILAZAN DEO SISTEMA ZDRAVSTVENE ZAŠTITE U SRBIJI. MINISTARSTVO ZDRAVLJA ČINI OZBILJNE NAPORE DA U SISTEM INTEGRIŠE I PRIVATNU LEKARSKU PRAKSU. NE SAMO ZATO ŠTO SU TO MODERNA EVROPSKA ISKUSTVA VEĆ I ZBOG TOGA ŠTO SU GRAĐANI KAO "POTROŠAČI" PREPOZNALI KVALITET USLUGA U PRIVATNIM AMBULANTAMA, LABORATORIJAMA I SPECIJALIZOVANIM USTANOVAMA. BUDUĆNOST ZDRAVSTVENOG SISTEMA SRBIJE NIJE U DILEMI "ILI-ILI", NEGO U SKLADNOM DOPUNJAVANJU PRIVATNE I JAVNE ZDRAVSTVENE ZAŠTITE.

VLASNIK SPECIJALNE HIRURŠKE BOLNICE "TRIFUNOVIĆ" U DESPOTOVCU, DOKTOR BRATISLAV TRIFUNOVIĆ KAŽE DA U ZDRAVSTVU U SRBIJI NEĆE BITI TRANZICIJE DOK OVAKVE PRIVATNE USTANOVE NE UĐU U DRŽAVNI SISTEM ZDRAVSTVENE ZAŠTITE, ODNOSNO DOK NAŠIM SUGRAĐANIMA NE OMOGUĆIMO DA SE LEČE U OVAKVIM USLOVIMA. U POSLEDNJIH PET GODINA OVA BOLNICA JE POSTALA RESAVSKI BREND, A NA PUTU JE DA POSTANE I EVROPSKI BREND.

Bratislav Trifunović, hirurg po struci, po obrazovanju doktor medicinskih nauka u oblasti hirurgije, oktobra meseca 2002. godine u Despotovcu otvara Specijalnu hiruršku bolnicu "Trifunović". I kao u nekoj slagalici, ceo njegov život biva prekomponovan.

Iz komfornog statusa načelnika hirurgije Zdravstvenog centra u Čupriji, gde je radio petnaest godina, prelazi u privatnu ustanovu u kojoj više nema sto zaposlenih, gde je okrenut samo sebi i bolesniku koji je pokazao želju i poverenje da mu svoje zdravlje i svoj život preda u ruke.

I danas se seća zebnje, izvesnog straha, osećanja neizvesnosti i pojačane odgovornosti sa kojom je otvorio vrata svoje klinike.

A sve je počelo 2001. kada je odbranio doktorsku tezu.

– Znao sam da neću da ostanem u bolnici u Čupriji – počinje svoju priču doktor Trifunović – i znao sam da će taj profesionalni put najverovatnije da ide ka Beogradu. Bilo je ideja da nastavim profesionalnu karijeru na VMA, pregovarao sam sa još jednom klinikom u Beogradu. Razmišljao sam i gde bi radila moja supruga Sonja, koja je lekar fizijatar. Baš u to vreme dobio sam poziv i od mojih prijatelja iz okoline Svilajncā da u prostorijama jedne bolnice osnujemo privatnu hiruršku ustanovu, jer, objektivno, hirurške ustanove su deficitarne u resavskom kraju. Razmišljao sam i u toj dilemi pala mi je na pamet ideja: zašto bih ja išao negde od kuće kad mogu da zakupim prostor stacionara u Despotovcu, gde sam rođen, i tu da oformimo hirurško odeljenje, operacioni blok i intenzivnu negu.

Našu privatnu karijeru počeli smo skromno, sa sedam kreveta, plus dva kreveta na intenzivnoj nezi. Imali smo poliklinički deo, ambulantni deo gde je bila ambulanta hirurgije, laboratorije, ambulanta fizikalne medicine i rehabilitacije i eho kabinet. Odmah smo odlučili da napustimo državni posao jer nismo želeli da sedimo na dve stolice. Uvereni smo bili da to ne bi bilo pošteno jer, ako već rešite da radite privatno, onda treba da imate hrabrosti, znanja i volje da uđete na tržište.

Bio je to veliki izazov. Napustite državni posao, zadužite se, zaposlite dvanaestoro ljudi (sad nas ima dvadesetoro, a biće nas sledeće godine, ako bog da, preko pedeset) i krenete u neizvesnost.

Znao sam da Bog prati hrabre. Moj otac nije bio živ tada, nažalost, ali, da je bio, on bi me se javno odrekao: da napustite državni posao, da date otkaz, da pravite privatno, da se zajmite, da, on bi me se odrekao preko novina. To nije bilo vreme povoljno za uzimanje kredita. Mi smo pozajmili jednu pozamašnu sumu novca za to vreme. Preko 250.000 maraka nam je bilo potrebno da započemo

posao. I to smo pozajmili od familije, prijatelja, po deset, dvadeset hiljada, pa smo vraćali kako smo obećali. Nismo imali neku logistiku. U familiji niko od naših nije bio situiran. I zato smo krenuli sami, rizikujući, tako je najbolje, najzdravije i najslađe.

Kada sam napustio državnu službu 2001, ja kao glavni hirurg, kao šef hirurgije i doktor nauka imao sam platu 220 maraka, Sonja kao lekar specijalista imala je 120. To je bilo nedovoljno za život čak i 2001.

I već krajem novembra 2001. godine, kada smo pogledali operacioni protokol, mogli smo da prebrojimo trideset i sedam operacija, od toga preko dvadeset velikih hirurških operacija. Tada sam znao da imamo budućnost i da su privatne ustanove ovakvog tipa budućnost zdravstva u Srbiji, umesto velikih, megalomanskih sistema koje je teško održavati i u kojima je jako teško raditi. Jer, pristup bolesniku je različit. Vrlo često u državnim bolnicama nemate vremena ni uslova da lečite bolesnika, a da ne govorim o tome da u Zdravstvenom centru u Čupriji, koji je spadao u najbolje medicinske ustanove tog ranga u Srbiji, u Miloševićevo vreme nismo imali grejanje.

Posao se brzo širio i veliki problem smo imali sa pacijentima moje supruge. Lista čekanja je postajala sve veća. Onda smo supruga i ja doneli odluku da krenemo u novu avanturu odnosno da napravimo naš prostor, našu zgradu, u kojoj će biti prostora za sve to što planiramo da radimo. I onda smo počeli da se dogovaramo da to bude jedno petsto kvadrata, uzećemo kredit, pa onda hajmo sedamsto kvadrata, pa hajmo devetsto, pa na kraju smo dogurali do skoro dve hiljade kvadrata. Imamo i pomoćnu zgradu sa nusprostorijama gde su radionice, kotlarnice, podstanica za centralni razvoj gasova, kapele bolnička, vešeraj, i sve što mora da ima ozbiljna ustanova.

Kako je država počela da staje na noge, pojavile su se pojedine poslovne banke koje su želele da prate takvu neku investiciju kakva je naša. Fond za razvoj Republike Srbije u tom periodu nije hteo da nas finansira i ja sam bio prinuđen da uzmem od poslovne banke kredit i ta kamata od dvanaest posto je, verujte mi, veoma opterećujuća..

Da još uvek nismo sasvim usvojili zapadni poslovni moral, govori i to što moja supruga Sonja ni dan-danas ne zna da naplati pregled svom bolesniku. I meni je najveći problem kad me pitaju telefonom



koliko će to da košta. Zbog toga smo jedna od retkih ustanova u Srbiji koja je cenovnik stavila na svoj sajt.

U našoj ustanovi do sada je operisano hiljadu i šeststo bolesnika i nijednog bolesnika nismo poslali sa komplikacijama iz naše ustanove u neku tercijarnu ustanovu, mada imamo ugovor sa VMA o poslovno-tehničkoj saradnji. Imamo ugrađene kamere u operacionu lampu i svaku našu operaciju snimamo.

Znate kako je, kad iskočite iz male sredine, malo nešto napravite više, a ja sam uvek bio taj koji je vukao u toj maloj sredini... Sa 24 godine sam bio lekar sa odsluženom vojskom. U tridesetoj sam bio hirurg specijalista, najmlađi u staroj Jugoslaviji. Pa sam iz te Čuprije, u kojoj sam rádio, magistrirao '97. godine, pa sam 2001. doktorirao. Nije bilo lako. Krenu ogovaranja, osporavanja, ali sve to prođe.

Sve sam to izdržao jer hirurgija mi je oduvek bila motivacija, to je stvarno vrh medicine. Tu možete da napravite nešto i kreacijom i znanjem i umećem i sposobnošću, što kaže Bata Stojković u filmu "Sabirni centar": "Hirurgija, to je medicina, sve ostalo je sudbina." Šalim se, naravno, ali to je to.

Danas možemo da se pohvalimo da je naša ustanova jedna od retkih zdravstvenih ustanova u Srbiji koja ima i potpisane ugovore sa određenim stranim osiguravajućim kućama, tako da veliki broj naših bolesnika ima neki vid stranog osiguranja. Dobili smo sve međunarodne potrebne akreditacije i reference da možemo da lečimo strane osiguranike, tako da je sve veći broj pacijenata koji praktično ne žive u Srbiji, a koje mi lečimo i operišemo. Jedina tačka gde trenutno ne možemo da budemo u rangu nekih drugih zemalja jeste to što nismo još potpisali ni ugovor o pridruženju Evropskoj uniji, a taj ugovor je jako bitan ne samo za moju ustanovu već i za čitavu Srbiju, jer u trenutku kada potpišemo taj ugovor i počnemo da pristupamo Uniji, tada će naša ustanova biti otvorena i biti konkurentna svim ustanovama tog tipa iz Poljske, Slovačke, Slovenije, Hrvatske...

Za 2009. mi imamo veoma ozbiljan i razrađen binznis-plan, praktično jednu studiju kako da proširimo delatnost naše ustanove. U 2009. preregistrovaćemo se u opštu bolnicu, za šta je već pri kraju dokumentacija, i najverovatnije te iste godine ćemo osnovati jedno vrlo važno odeljenje kardiohirurgije. Ja sam već započeo razgovore sa Republičkim zavodom za zdravstvenu zaštitu, znajući da trenutno u Srbiji više od četiri hiljade bolesnika čeka na operaciju na otvorenom srcu. Ono što je jako bitno da javnost zna, mi smo ponudili Zavodu potpuno isti cenovnik kako rade državne ustanove.

Vi ne možete da oformite odeljenje ukoliko nemate vrhunsku opremu za kardiohiruršku salu, za kardiohirurški šok i za kardiohiruršku intenzivnu negu, i ono što je jako bitno, to otvara novih 20

radnih mesta, od toga osam lekara sa referentnim licencama, koji su spremni da nastave karijeru i da rade sa nama u našoj ustanovi. Ali, sve to nije moguće bez logističke pomoći nekih evropskih institucija, jer kreditne linije naših poslovnih banaka još uvek nisu isplative.

Inače, mi smo kompletan operacioni blok pravili poštujući pravila Evropske unije. To znači da je kompletan inventar u operacionim salama po njihovim standardima; apsolutno antistatični pod, zidovi napravljeni od plastificiranog rostfraja, operacioni blok pokriven specijalnim UPS aparatom tolike snage da izdrži i ako nestane struje u celoj Srbiji.

Zašto sam sve ovo radio? Moja ideja je da se objedini cela naša porodica koja će postati brend i to ne samo resavski nego i srpski, a vrlo brzo i evropski.

Najstariji sin je upisao medicinu, pa je i srednji sin upisao medicinu. Oni ne moraju da budu hirurzi i fizijatri, mogu da budu kardiolozi, internisti, epidemiolozi, šta god hoće, ali su u toj struci, studiraju, rade, uče, dobri su momci, pametni, i imaće gde da rade. Umoći ćemo svi da se okupimo na istom poslu. ■

“

Sonja Trifunović Početak je bio težak i neizvestan, naravno, jer nismo znali kako će to ići i da li će to uopšte imati budućnost. Naravno, napustili smo državnu službu i krenuli sa nekom malom ušteđevinom u nešto što u stvari nismo imali predstavu kako će ići dalje.

Moj tata je bio šokiran kad sam mu rekla da ostavljam državni posao i da krećem u neke privatne vode. Naravno, on je čovek starog kova i vrlo mu je bilo bitno da se držimo tog državnog posla, a da to nešto što budemo radili radimo kao naknadno ili kao neku dodatnu delatnost. Cela familija, i uža i šira, i kolege sa posla bili su iznenađeni tom našom odlukom, ali, jednostavno, moj suprug je to rešio, a ja sam bila uz njega.

Stub ovog posla i cele ove bolnice je, naravno, moj suprug. Na njemu je zaista veliki teret, a ja sam tu da mu pomognem. Ja sam stub porodice, ako tako može da se kaže, majka troje dece, s obavezama u kući.

Moje zaduženje je bilo i enterijer bolnice, koji sam rešila uz pomoć prijateljice koja je po struci arhitekta. Ona je htela klasične boje koje inače idu i vezane su za zdravstvene ustanove. Ja sam htela nešto malo da promenim, da ubacimo tople, fine boje, da se sami pacijenti bolje osećaju. Na odeljenju za fizikalnu medicinu i rehabilitaciju, gde ja radim, dominiraju tople i vesele boje, jer u samoj fizikalnoj terapiji postoji kolorterapija, nema tu nekog uticaja, ali htela sam da to bude malo neobično, drugačije.

”

transportna kompanija

silos jeličić - nenad jeličić



SVE DO PRE NEKU GODINU SRPSKIM PUTEVIMA KRETALI SU SE RASKLIMATANI KAMIONI KOJI SU UGROŽAVALI BEZBEDNOST SAOBRAĆAJA. ČESTO SU SE DOGAĐALE HAVARIJE KOJE SU UGROŽAVALE LOKALNE ZAJEDNICE I ŽIVOTE STANOVNIŠTVA. SRBIJI SU POSLE GODINA IZOLACIJE BILI POTREBNI DOBRI PUTEVI I DOBAR TRANSPORT. SVE ŠTO JE DOLAZILO U ZEMLJU, SVE ŠTO SE PRODAVALO U IZVOZU, MORALO JE DA SE PREVEZE. VELIKE DRŽAVNE TRANSPORTNE FIRME SU PROPALE I NA PRIVATNOM PREDUZETNIŠTVU JE OSTALO DA RAZVIJA MODERAN TRANSPORTNI SISTEM. TO JE MOŽDA SKUP, ALI JE I ISPLATIV BIZNIS ZA ONOGA KO ŽELI TIME DA SE BAVI.

U MOMENTU PRESTANKA RADA PREDUZEĆA "RAKETA" IZ UŽICA, NAKON 50 GODINA POSTOJANJA, NEGDE 2000. GODINE, U POŽEGI JE IZRASLA FIRMA "SILOJELIČIĆ", JEDINA TRANSPORTNA FIRMA KOJA RADI MEĐUNARODNI TRANSPORT PRAŠKASTIH STRUKTURA U IZVOZU I UVOZU. U POŽEGI, KRAJU KOJI JE SIROMAŠAN I PO DUHU I MATERIJALNO, UMESTO KUKANJA I TRAŽENJA, NENAD JELIČIĆ, VLASNIK TRANSPORTNE KOMPANIJE "SILOJELIČIĆ", SEBE VIDI KAO IZABRANOG DA NEŠTO U OVOM DRUŠTVU URADI

Još 1969. godine moj otac je dobio na poklon kamion. Ja sam svoj prvi kamion morao da kupim. Moji strijevi, dede i gotovo svi iz moje porodice bili su vezani za preduzeće "Raketa". Čak je stric bio njihov stipendista u to vreme. I logično je bilo da ću se i ja baviti transportom. Ljubav se rodila za ceo život i nije bilo bitno koliko će se zaraditi. Bitno je bilo da se time bavim.

I tako, 1998, kupujemo prvi silo kamion za transport rasutih, zrnastih i praškastih struktura. To je bio prvi pravi kamion za takvu vrstu prevoza.

Ranih 90-ih počeo sam da putujem po inostranstvu i zapazio sam jednu veliku transportnu firmu u Austriji, "Polnus Bauner". Uradili smo bukvalno copy paste. Čak smo od njih kupili prve kamione sa silo kompresorima i u pregovorima smo o ulasku te kompanije na ovo tržište. Naravno, preko nas. Ponudili smo im partnerstvo.

Hteo sam da ispravim porodičnu nepravdu. Naša porodica je još pre 50 godina imala svoje privatne poslove, a onda je sve stalo.

Negde 2000. propalo je i veliko transportno preduzeće "Raketa"

iz Užica koje je tada slavilo 50 godina postojanja. To se zove odsustvo odgovornosti.

Jedini sam ja imao snage i volje da čekam razvijanje transporta rasutih struktura. O tome treba puno znati. Mi godišnje posetimo više sajмова u Evropi, više firmi koje se bave takvim poslovima. Tek onda vidim koliko malo znam. Svaka roba ima specifičan režim transporta, istovar, utovar i tako dalje.

Danas imam puno vozača koji su prešli iz društvenih preduzeća u moju firmu i tačno se vidi razlika između njih i onih koji kreću iznova. Imam bolja iskustva sa ljudima koji nisu nikakva iskustva poneli, ni dobra ni loša. Vidite, u zemljama EU svi ljudi rade za sebe. Njima nije bitno ko im je šef, poslodavac, ko je vlasnik kompanije, društvo ili privatno lice, musliman, protestant ili katolik, ako ima dobru platu i ako se isplaćuje na vreme. Ovde je sve to bitno.

Drugi je problem što u našoj okolini ne postoje jaki privredni subjekti koji bi bili uporište za transport. Mi danas moramo ići ka zapadnoj Evropi jer ovde robe za transport nema dovoljno.

Danas je najveći uspeh opstati. Tako je i u Evropi. Ako ste vi kao jedan mali privredni subjekt u nekoj tamo maloj zemlji Srbiji opstali u nekom teškom vremenu, to znači da ste uspeli. Niste propali. Oni kojima je danas teško sećaju se vremena devedesetih kada se puno zarađivalo. Ali tada se vozila švercovana nafta, švercovane cigarete, švercovane farmerke iz Novog Pazara i na taj način se stvarao profit. Danas je to gotovo nemoguće. Naši kamioni su u svakom momentu u celoj Evropi. Evo, od Velsa u Austriji do Belgije i Liona, do Pariza, Nirnberga u Nemačkoj, itd.

Treba samo minimum političke volje, minimum zalaganja da se srpskim transporterima pomogne da lakše prolaze kroz zemlje EU. Danas niko ne radi na tome. Radi se jako loše. Evo primera, održane su mešovite komisije sa Irakom i Azerbejdžanom, a koliko naših ka-

miona ide kroz Irak – nula. A s Mađarskom kao pograničnom zemljom, s njom ništa nije dogovoreno da lakše i brže naši kamioni prolaze kroz tu zemlju. Politika bitno utiče na naš posao. Kada je politička situacija u državi mirna i stabilna, onda su i partneri koji imaju potrebe da saraduju sa Srbijom otvoreniji. Više kupuju i više prodaju u Srbiji. Kada dođe do određenih oscilacija, to se bitno oseti.

Za sve ove godine našeg postojanja opština nije uradila gotovo ništa. Mi ne tražimo nikakve privilegije. Mi tražimo jednostavno samo volju da se to uradi. Kako opština nije uradila ništa, tako ni država ništa nije uradila za nas do dana današnjeg. Znači, ničim nas nisu stimulisali da napredujemo. Jedan jedini dinar nismo dobili od Fonda za razvoj, iako smo više puta konkurisali.

U Srbiji postoji otpor prema nekome ko je nešto uradio dobro za društvo u celini. Mi 50 plata isplaćujemo svaki mesec. Godišnji fond za plate je jako veliki. Firma smo koja u Požegi isplaćuje najviše ličnih dohodaka.

U našem mestu gradsku upravu čine mnogi neškolovani i neobrazovani ljudi. Oni ne znaju kako funkcionišu opštine u nekim stranim državama. Ja sam im nudio da im dovedem gradskog menadžera iz Nemačke, iz grada Vormsa, gde imam dobre prijatelje. Međutim, svi su se oglušili o to. Oni su verovatno postavili pitanje šta će biti sa njima ukoliko dođe neko školovan i pametan da uredi gradsku vlast. Verovatno imaju problem šta će biti sa njima.

Mi danas funkcionišemo sami kao pare na vetru. Znači, može da ih odnese vetar. To nije dobro. ■



Dragan Mislim da će se dolaskom strane kompanije u našu firmu, što je već izvesno za 2008, mnogo toga promeniti. Nažalost, mora stranac da postane vlasnik jedne kompanije da bi ljudi koji su zaposleni u njoj imali respekt. Mentalitet definitivno ugrožava rad firme u Srbiji. Radnik će za duplo manje novca otići u neku stranu banku samo zato što iza tog imena stoji već neka tradicija. Kada posetim sajtove sličnih kompanija koje se bave istim ili sličnim poslom u Evropi, ja dobijem kompleks.

Živimo u sredini koja ništa ne radi da više interesnih grupa ima koristi od jedne priče. U našem gradu postoji gigant još iz stare Jugoslavije, "Budimka" za proizvodnju prehrambenih proizvoda od voća i povrća, gde je sirovska baza tu, nadohvat ruke. Međutim, danas nema nikoga da napravi tu sirovsku bazu. Država ne edukuje ljude za privatnu inicijativu. Gledamo španske serije, lepe bazene, lepe kuće, a to od šargarepe ili krompira ne može da se zaradi za pet godina. Moralo bi bar 100 godina da se radi sa krompirom pa da se ima bazen u kući. Znači, ne može jedna generacija to da uradi. To je veliki problem tog, da kažem, nastavka kontinuiteta biznisa. Porodični biznis je okej, ali samo ako je u kontinuitetu. Dakle, ukoliko prva, druga, treća, četvrta generacija koristi upravo stečena saznanja, stalno unapređuje to čime se bavi, onda dolazi uspeh.

SAŠA TRKULJA Ja sam šef računovodstva firme "SiloJeličić" i u njoj radim već četiri godine. Firma "SiloJeličić" je konkurisala kod raznih banaka tokom ovih godina. Moramo priznati da u početku, u periodu posle Miloševića, nije bilo povoljnih kredita, strane banke su tek dolazile, domaće su bile ili mrtve ili polužive i bilo je jako teško. Danas postoji dosta banaka, sve nude kredite, ali sve su to jako nepovoljni krediti, pogotovu za firme koje su u razvoju i usponu kao što je naša.

Banke bi morale imati malo više sluha za svoje poslovne partnere, odnosno za klijente, da svoju poslovnu politiku baziraju na tome da nije bitno samo "da plasiraju svoj kapital, pa onda da gledaju kako će klijent da se davi u tome". Mislim da bi trebalo mnogo više da oslušuju privredu.

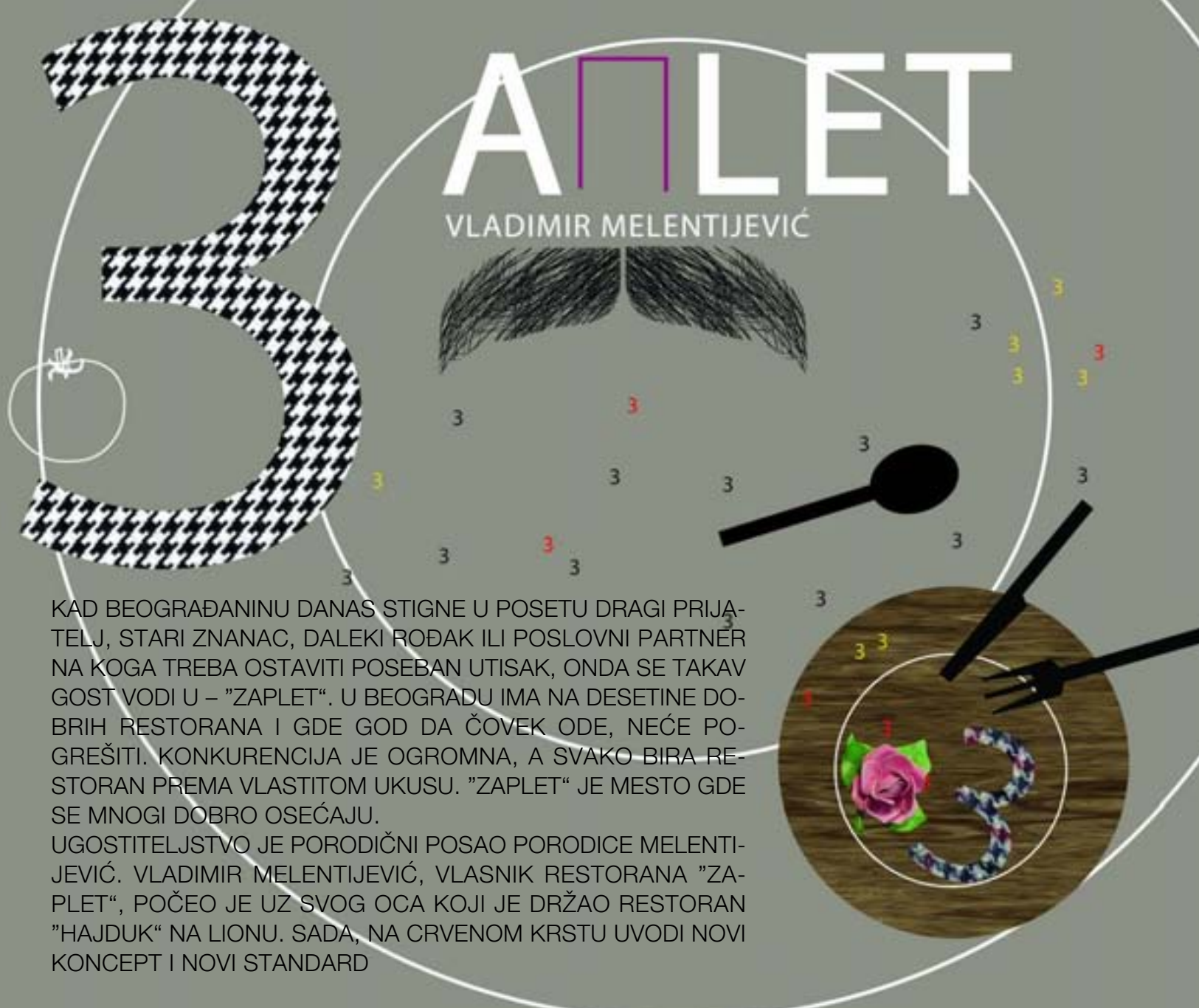
Naša trenutna orijentacija je "Čačanska banka". Ona nas je u datim momentima razvoja naše firme, kada je bilo izuzetno teško, jedina podržala. Banke bi trebalo više da se infiltriraju u preduzeća odnosno da njihovi eksperti, kako to oni danas zovu "risk menadžeri", procene bilanse stanja i uspeha pojedinih firmi da bi mogli da firme upute na pravi put i da im tačno ukažu na momente i na modalitete kreditnih linija koje su potrebne nekoj firmi. Znači, ekonomija je još uvek u razvoju i niko nema tu hrabrost da se veže za određenog poslovnog partnera duže od godinu ili dve. Spremni smo da prihvatimo stranog partnera u našoj kompaniji u delu vlasništva i u stopostotnom vlasništvu. Osnovni razlog koji nalazimo u tome jeste da ćemo onda postati deo mreže evropskog transportera i svi problemi na koje danas nailazimo kada izlazimo u Evropu zato što smo mi srpska firma, zato što nemamo dovoljno dobre pozicije, na taj način bi bili anulirani. Sa njima bi bilo mnogo brže, lakše, povoljnije, sredstva i kamatne stope bili bi povoljniji, lakša nabavka vozila, objedinjene nabavke kamiona... Na taj način se postižu znatno bolje cene.

Naš moto u poslu je "odmah i sad". Dakle, ne razmišljati mnogo, seći, onako preko kolena, odmah i sad. Ništa sutra, ništa za godinu daana. Svesni smo da dolazi do određenih grešaka u takvom razmišljanju. Ipak, bolje je sa biznis-planom, bolje je sa razradom nekog plana. Međutim, do danas je moralo tako. Od danas je već drugačije. Danas već može da se razmišlja o poslu, danas već može da se pravi plan za pet ili deset narednih godina. Do danas je tu firmu valjalo stvoriti brzo, jer nismo smeli da sad čekamo potencijalnu konkurenciju iz Evrope nespremni. Mi smo iskoristili poslednju priliku da napravimo firmu u Srbiji. Da smo sačekali još mesec dana, ne bismo je napravili nikada. Odnosno, da smo više razmišljali, nikad je ne bismo napravili. Trebalo je malo misliti, a puno raditi.



A 3 L E T

VLADIMIR MELENTIJEVIĆ



KAD BEOGRADANINU DANAS STIGNE U POSETU DRAGI PRIJATELJ, STARI ZNANAC, DALEKI ROĐAK ILI POSLOVNI PARTNER NA KOGA TREBA OSTAVITI POSEBAN UTISAK, ONDA SE TAKAV GOST VODI U – "ZAPLET". U BEOGRADU IMA NA DESETINE DOBRIH RESTORANA I GDE GOD DA ČOVEK ODE, NEĆE POGREŠITI. KONKURENCIJA JE OGROMNA, A SVAKO BIRA RESTORAN PREMA VLASTITOM UKUSU. "ZAPLET" JE MESTO GDE SE MNOGI DOBRO OSEĆAJU.

UGOSTITELJSTVO JE PORODIČNI POSAO PORODICE MELENTIJEVIĆ. VLADIMIR MELENTIJEVIĆ, VLASNIK RESTORANA "ZAPLET", POČEO JE UZ SVOG OCA KOJI JE DRŽAO RESTORAN "HAJDUK" NA LIONU. SADA, NA CRVENOM KRSTU UVODI NOVI KONCEPT I NOVI STANDARD

Svim ljudima koji rade u ugostiteljstvu garderoba stalno miriše na kuhinju, restoran, kafanu. Tako da je prvi miris koji sam ja osetio posle onog maminog bio miris tatine kuhinje. To je onaj čudesni miris restorana koji nekome prija, a neko, pak, kaže: ala sam se usmrdeo.

Te devedesete su prošle u studiranju, završio sam Mašinski fakultet 1998. godine, posle napornih sedam godina studiranja. Meni je bilo potpuno prirodno da se, u trenutku kada sam okončao muku učenja nečega što mi uopšte nije bilo potrebno u životu, pozabavim nečim što je interesantno, smisleno i zabavno. Verovao sam da je normalno da budem u porodičnom poslu koji stvarno osećam kao nešto svoje i da to izguram do kraja.

Tata nije bio najraspoloženiji kada je sa-

znao za ideju da ja baš želim da pođem njegovim putem jer je za njega bio težak, a meni je sve izgledalo lako pošto već nešto postoji, ima oblik i formu. On je naravno znao da to nije nikakva igra. Njegova priča je bila potpuno drugačija. Sad i ja to razumem.

Divno je kada ukapiraš da možeš da putuješ svaki dan putem te paklene sprave zvane internet, i stvarno ti je dostupno da u svakom trenutku vidiš šta se dešava u drugom delu sveta. Naravno, drugi je doživljaj kada probaš to nešto, ali ovako je divno kada možeš da vidiš i najbolje restorane na svetu i najmanje restorane na svetu i najbolje šefove na svetu. Prvo gledaš oko sebe, ovde gde si, pa gledaš malo unazad oko sebe šta se radio i šta radiš, i uvek gledaš tamo gde to rade najbolji. A tamo stvarno rade najbolji.

Onda smo mi imali, eto, priliku da se ove godine nešto malo i zadužimo, da kupimo dobru opremu i, eto, to je za mene lepo iznenađenje da postoje tehnološke mogućnosti i da procese skraćuješ, ubrzavaš, a da dobijaš neverovatne rezultate. Naravno, tu će se naći uvek neko ko će ti reći da je jag-njetina dobra samo ispod sača, ili kad se zatrpna ili zakopa, ali ja te uslove nemam ovde na našem brdu. Znači, ne mogu da imam sač, ali mogu da imam dobru konvertorsku komoru i peć.

Mislim da će se ovo tržište tek razvijati jer kao zemlja imamo toliko toga da ponudimo. Imamo zdravu hranu koja nije industrijalizovana u meri u kojoj je u drugim delovima Evrope. U sektoru zakonodavstva očekujem promene iz prostog razloga što će se težiti prilagođavanju svih naših zakona zakonima

EU. Trebaće puno vremena, puno novca da se svi prilagodimo tom sistemu za koji mislim da je savršen, iz prostog razloga jer ti daje mogućnost da kontrolišeš svoj proces proizvodnje od samog početka.

Za uspeh je jako bitno da, kako god da uspeš nešto da standardizuješ, da ljudi znaju šta ih očekuje. U našem slučaju mislim da je to pošten odnos prema tome šta mi radimo. Znači, cenimo to što radimo, volimo to što radimo, i to je to. I trudiš se da radiš najpoštenije što možeš. To je krenulo od tate, on je tako radio. Stašno se vodi računa o osobi koja hranu konzumira. Jer, hrana je ozbiljna stvar. Kako bih rekao: pa ti to svaki dan radiš, svaki dan nešto jedeš i baš si rešio da dođeš kod nas. Kakva je to privilegija i za tebe i za mene?! Da ti, bre, bude lepo. ■

Novak Melentijević Kada sam već završio školu za ugostitelje, poželeo sam da budem samostalan u tom poslu i 1989. godine počeo sam u restoranu "Hajduk". Tada smo ga zakupili. "Hajduk" je bio veliko dostignuće za ono vreme. Nisam gledao na sat koliko ću vremena provesti na radnom mestu. To je najveća stvar da bi čovek mogao da uspe. I u privatnom životu postoji veliko odricanje. Ja sam imao sreću da je moj sin, iako mašinski inženjer, krenuo u posao koji sam ja radio, iako nisam baš voleo to što on radi. To je naporan posao, težak, čak i fizički, teško je udovoljiti svim ljudima. Ipak, i pored toga, Vlada je to zavoleo. Možda su to malo i geni.

Dolaskom na ovu lokaciju postavili smo potpuno novi koncept i novi standard. Cela ideja "Zapleta" upravo je bila da se zaplete staro i novo, staro i mlado. To je koncept da iz nečega što je bilo klasično srpsko, gradska kafana sa nekom suženom ponudom, tipa roštilj, jagnjetina, Karadžorđeva..., uđem u nešto što je za mene bilo zabavnije, laganija hrana, interesantrija, novi ukusi. A poenta je bila da sve bude užasno svedeno, bez kićenja.

Svi zajedno smo u mesec dana iz nečega što je bila samo kafana pored fudbalskog stadiona od 400 kvadrata došli na Crveni krst, na brdo u kafanu koja ima kuhinju od 80 kvadrata i sprat od 105 kvadrata. Kafana na sprat iziskuje i fizičku kondiciju. Treba da izneseš tanjire i piće. Krenuli smo polako sa promenom celog imidža.

Neki od naših gostiju koji su obožavali staru kafanu "Hajduk" u početku su govorili da smo mnogo "fensi", ali onda su pronašli ovde istu onu atmosferu samo upakovanu u nešto drugačije. I to je sve leglo na svoje. Umesto sedam vina u ponudi danas imam podrum sa 160 vrsta i svake nedelje stigne neko novo. Menjali smo se svi zajedno, mi, gosti, osoblje. Sa nekim ljudima radimo i 20 godina, vidamo ih češće nego svoju porodicu, provodimo vreme sa njima.

vinarija

Vinarija Ivanović,
proizvođač Dragoslav I. Ivanović

I PRE NEGO ŠTO JE PARAFIRAN SPORAZUM O STABILIZACIJI I PRIDRUŽIVANJU EVROPSKOJ UNIJI, SRBIJA JE OD BRISLA DOBILA PRAVO DA U ZEMLJE UNIJE IZVOZI POD POVOLJNIM USLOVIMA I BEZ CARINSKIH OGRANIČENJA JUNEĆE MESO, PASTRMKU I – VINO. PRED SRPSKIM VINOGRADARIMA JE ŠANSA. IZ PRETPRISTUPNIH FONDOVA EVROPSKE UNIJE SRBIJA ĆE NAREDNE ČETIRI GODINE DOBITI MILIJARDU EVRA BESPOVRATNE POMOĆI. DEO TOG NOVCA NAMENJEN JE POLJOPRIVREDI I SVAKI IOLE PREDUZIMLJIVI SRPSKI SELJAK MOĆI ĆE DA DOBIJE JEFTIN KAPITAL DA PROŠIRI BIZNIS, I BEZ IKAKVIH PREPREKA ĆE MOĆI DA IZVOZI VINO U 27 ZEMALJA EVROPSKE UNIJE. NARAVNO, MORAĆE DA ISPUNI ODREĐENI KVALITET I SVE DRUGE STANDARDE, OD IZGLEDA BOCE DO ČEPA NA NJOJ I ETIKETE. BIZNIS SA PROIZVODNOM VINA MOŽE BITI POSAO BUDUĆNOSTI ZA MNOGE FAMILIJE KOJE UZGAJAJU VINOVOU LOZU I PRAVE VINO.

ŽUPA JE PRE 40 GODINA BILA PREPUNA VINOGRADA. VINOGRAD JE BIO MONOKULTURA U ŽUPI.

PORODICA IVANOVIĆ SE OKO 1814. GODINE DOSELJAVA U KOZETIN (DANAŠNJI ALEKSANDROVAC) I OD TADA GENERACIJE IVANOVIĆA BAVE SE PROIZVODNOM GROŽĐA I VINA.

DRAGOSLAV I. IVANOVIĆ OBNAVLJA PORODIČNU TRADICIJU U NASTOJANJU DA SPOJI ČUVENU BURGUNDSKU VINSKU KULTURU SA ONIM ŠTO SE U ŽUPI NEGUJE VEKOVIMA.



Dragoslav Ivanović _Odmalena sam bio vaspitavan u vinskom duhu jer je deda bio proizvođač vina, veliki proizvođač, proizvodio je 500.000 litara vina pre rata. Tata nije nastavio proizvodnju zbog onog što se, naravno, desilo posle rata, ali je ono malo vinograda koji su ostali posle rata nastavio da neguje i nikad nije prodavao grožđe, uvek je proizvodio vino. To je bilo otprilike oko 2.500-3.000 litara godišnje. Ne mogu da kažem da je bilo za naše potrebe. Mnogo bi bilo da popijemo za godinu dana. Nešto se poklanjalo prijateljima, nešto su ti prijatelji kupovali. I uvek se trudio da proizvede što bolje vino. Tako da sam odmalena bio u tome i to mi se sviđalo.

Jasminka Ivanović _Onog trena kada je, posle devet godina života u Lučanima i rada u struci, odlučio da se vrati u roditeljsku kuću i nastavi proizvodnju vina koju je otac negovao iz hobija, a deda po profesiji, ja sam mu bila podrška. Znala sam koliko voli da radi u vinogradu i da mu to nije teško. Podržala sam ga, mada sam bila kritikovana od svekrve i svekra. Smatrali su da nije trebalo da se složim da napusti državnu službu, kako oni to kažu. Međutim, mi smo se vratili. Imali smo veliku podršku mojih roditelja, pre svega oca koji je preduzetnik i vlasnik preduzeća već 15 godina i zna šta znači ulaganje u sopstveni posao. Imali smo i materijalnu i moralnu podršku u svakom slučaju.

Dragoslav Ivanović _Mama je čak zvala moju suprugu i rekla da ona nije normalna kad mi je dozvolila da napustim posao. Tata je to malo drukčije prihvatilo. Kod njega su osećanja bila podeljena. Sa jedne strane voleo je što se vraćam toj porodičnoj tradiciji. Sa druge strane, plašio se neizvesnosti koju to nosi. Plašio se i onog što je doživio kao dečak. Jednostavno, čim bih kupio novi komad opreme,

išao bi za mnom i govorio: "Dobro je, u redu je, ali nemoj mnogo da ulažeš. Sutra može neko da dođe i sve to da odnese." On je 1930. godišta i između 1945. i 1953. doživio je da bezmalo sva dedina imovina bude nacionalizovana, da jedno po jedno nestaje. I logično je da se taj strah usadio u njega.

Miroslava Ivanović _Ja sam srećna što je on zavoleo taj svoj posao, što to radi s ljubavlju i hoće da to sve bude naj, naj, ali žao mi je što ne radi ono za šta se školovao.

Dragoslav Ivanović _Firma ima dva zaposlena. Jedan sam ja, a drugi je moj prijatelj. I, naravno, nas dvojica uspevamo za sada da odradimo taj posao. U vreme berbe tu je i jedan od kompanjona, Italijan Lorenzo Majini koji je po profesiji enolog. On sa nama bude tu mesec dana dok traje berba. Zajedno radimo, prerađujemo grožđe i, naravno, određujemo potrebu za sezonsku radnu snagu. Kod nas Srba je stvoreno mišljenje da rođačke veze ne idu zajedno s poslom. Kada sam druga i brata od tetke sa kojim sam odrastao pitao da radi kod mene, i kod njega je postojala doza skepse, ali mislim da sve funkcioniše kako treba. Najveći udeo u mojoj proizvodnji čini prokupač. To je sorta grožđa koja se gaji samo u Srbiji, u Župi. Tako da to može da bude novi ukus. Tržište je već zasićeno ukusom kaberna ili šardonea. Ovo je novo i interesantno.

Najlakše bi bilo kada bi se cela opština predstavila kao vinski region, kao nešto što vredi, kao grupa proizvođača, pa će onda iz te grupe na površinu da izađu najkvalitetniji i postojaće neka gradacija. Župska vina su odlična. E, sada, ima dobrih, boljih i najboljih. Međutim, imam utisak da opština nema sluha baš mnogo za to. U celom svetu vinski regioni su atraktivni turistički. Na tom planu nas nekolicina vinara radimo i imamo neke uspehe, ali to su još uvek prvi koraci. I mnogo bi lakše bilo kada bi postojala neka strategija na nivou opštine i kada bi se na tome radilo organizovanije. Država je poslednjih godina počela ozbiljno da podržava proizvodnju vina i grožđa. Neki, moram da kažem, pametni ljudi su očito videli šansu za dobar biznis, za način da se obogati srpsko selo, da se zaposle ljudi i da se ostvare neki profit i neka ideja o boljem životu. Tako da su još 1994. počeli podsticaji za podizanje novih vinograda, krenuli su i krediti, sad postoji potpora proizvodnji u smislu subvencioniranja nabav-



” Imamo i uniformu. Zove se uniforma župskog vinskog viteškog reda monah Dorotej. Osnovali smo ga četiri prijatelja i ja. To je, inače, tradicija koja je stara u Evropi 300 godina. U Srbiji ima nekoliko vinskih viteških redova. Najstariji je palički vinski viteški red. Obaveza vitezova je da neguju i šire tradiciju i kulturu pijenja i proizvodnje vina. ”



ke opreme, podizanje novih zasada vinograda, kreditiranje proizvodnje. Mislim da država ulaže ozbiljne napore da se to pokrene. Radi na edukaciji vinara i vinogradara, u saradnji sa mnogim zemljama EU, konkretno, sa nemačkom vladom su organizovane ekskurzije u nemačke vinsko-vinogradarske regione. Ljudi su imali prilike da vide kako se to tamo radi, da probaju njihova vina. Jednostavno, da mogu da shvate gde se nalaze i u proizvodnji i u kvalitetu i mislim da su to ozbiljni napor da se stanje promeni nabolje.

Ja za sada nisam koristio pomoći koje država pruža. Spremam se da učestvujem na konkursu za zaštitu geografskog porekla. Takođe, da početkom sledeće godine konkuriram za kredit za podizanje novih zasada vinograda.

Imam velike planove u ovoj proizvodnji, ali verovatno, kao ni većina Srba, nisam baš sklon nekom pedantnom strateškom planiranju. To su više snovi i ideje koje pokušavam da realizujem i, ne mogu da kažem, polako se ostvaruju. Sasvim slučajno 1993. godine počeo saradnju sa dva Francuza i jednim Italijanom. Spojila nas je ljubav prema vinu. Njih je bukvalno očarala lepota kraja, vinograda, i uopšte odnos ovdašnjih ljudi prema vinogradima. Ta tradicija u proizvodnji grožđa i vina. Njihova je ideja da pokušaju ovde nešto da urade. Ja sam im ponudio da to urade kod mene. Posle toga je krenula poluformalna saradnja i nadam se da ćemo, tokom naredne godine, da formiramo zajedničku firmu i da zvanično proizvodimo zajednički vino.

Devedeset odsto vina plasiramo u Beogradu. To je tržište najbolje pripremljeno za srpska vina. U unutrašnjosti ljudi još ne mogu da shvate zašto neko vino koje je dobro treba da bude skupo. Nadam se da će i izvoz uskoro da počne. Srbija nije poznata u svetu kao neki vinski region, na našu nesreću. Prethodna Jugoslavija je bila peti

proizvođač vina u svetu. A u toj Jugoslaviji bezmalo dve trećine vina je proizvodila Srbija. Međutim, tendencija krčenja vinograda počela je još krajem 70-ih, zbog niske cene grožđa, zbog nekvalitetnih vina. To se intenzivno nastavilo devedesetih. Tako da smo izgubili imidž u svetu i tržišta, naravno. Mada, moram da kažem da je Srbija uglavnom izvozila vina u cisternama. Znači, vina koja su drugi kupovali, pakovali, mešali sa svojim i prodavali kao svoja.

Ja se nadam da će kvalitet vina koji proizvodim i unapređujem omogućiti da me ljudi pamte. Možda ne tako širok krug ljudi kao kod velikih pesnika, umetnika, slikara, ali da će ljubitelji vina pričati o mom vinu. Naravno, voleo bih da deca nastave da se bave ovim poslom. Međutim, ne mislim da treba da ih guram u to ako oni nemaju stvarnu želju.

Smatram da mali vinari kao ja, čija je proizvodnja marginalna u odnosu na ukupnu proizvodnju vina, ne treba da se mnogo obaziru na trendove. Treba da se trude da proizvedu što originalnije i što kvalitetnije vino.

Moj glavni motiv da se profesionalno bavim ovim poslom jeste želja da nešto ostavim iza sebe. Moj moto u poslovanju jeste ljubav prema poslu. ■

lepo polje

rasadnici, dragan gajić

SRBIJA SVAKE GODINE NA UVOZ CVEĆA POTROŠI NA DESETINE MILIONA EVRA. CVEĆE SE UGLAVNOM UVOZI IZ HOLANDIJE, ČIJI PROIZVOĐAČI SMATRAJU DA JE SRBIJA VEOMA POGODNA ZA GAJENJE CVEĆA. ISKUSTVO POKAZUJE DA SU CVEČARSKE FARME I U HOLANDIJI PORODIČNE ZADRUGE, DA SE LJUDI DECENIJAMA BAVE TIM POSLOM I OD NJEGA USPEŠNO ŽIVE. ZA POSLEDNJIH PET-ŠEST GODINA ZNAČAJNO SU SE PROMENILE I NAVIKE GRAĐANA – CVEĆE POSTAJE ZANIMLJIV POTROŠAČKI PROIZVOD KOJI SE NE KUPUJE SAMO U VREME PRAZNIKA. OTVARANJE BROJNIH CVETNIH ŠOPING CENTARA NA OBODIMA VELIKIH GRADOVA POKAZUJE DA SU SE NAVIKE I TRŽIŠTE PROMENILI, DA SE ŠIRI ASORTIMAN BILJAKA KOJE SE KUPUJU. OSIM KAO POKLON, ONE SU I BITAN DEO UREĐENJA POSLOVNOG I PRIVATNOG PROSTORA. MOGUĆNOSTI PROIZVODNJE SU NEOGRANIČENE, ALI TAKOĐE I POTROŠNJE, I U TOM KONTEKSTU POSMATRANO, KAD BI U SRBIJI, OKO VELIKIH GRADOVA, BILO NA DESETINE RASADNIKA I STAKLENIKA SA CVEĆEM, TRŽIŠTE BI SVE TO MOGLO DA POTROŠI. NAJVEĆI PRIVATNI RASADNIK U SRBIJI, LEPO POLJE, U SELU LIPLJE KOD LJIGA, POSTOJI SKORO 40 GODINA. NJEGOV VLASNIK DRAGAN GAJIĆ JOŠ KAO MALI ZNAO JE SVAKO DRVO. RASADNIK JE PORODIČNA MANUFAKTURA JER, PORED DRAGANA, TU RADE I NJEGOVA ŽENA, NJEGOV SIN, SNAJA.

Dragan Gajić _Ispunio sam amanet bake koja me je odgajila, vratio sam se na svoju zemlju. U Imanovcima je zemlja moga deke, a u Liplju moje pokojne babe. To je zemlja koju su joj oduzeli komunisti. Dva dana pred smrt baka nas je pozvala i rekla da zemlja mora da se vrati jer komunisti ne mogu večito da vladaju, a ako se ne vrati, ostavila nam je u zadatak da je otkupimo. Devetnaest godina kasnije vraćena su nam četiri hektara. Tako da ja u Liplju imam rasadnik od desetak hektara. I ostalo je bila naša zemlja, ali nam je nisu vratili. Ja sam je kupio kako sam i obećao baki.

Moja osnovna želja je bila da pokušam mog sina da okrenem biznisu. Nekako sam bio uveren da deca prosvetnih radnika nisu rođena za biznis. Njih su njihovi roditelji vaspitavali za neke stvari

duše, kako bi to rekao moj deda, vaspitavali su ih da rade za slavu, kako bi opet rekli naši stari odavde. A ja se nadam da će moj sin, da će i njegovi sinovi i ćerka, uspeti da sem toga što će raditi za slavu, za stvari duše, za neki san za koji radim i ja kao prosvetni radnik, uspeti materijalno. Ja jednostavno nisam ni bio rođen za to, nisam ni želeo, ali smatram da je došlo vreme da i deca prosvetnih radnika uspeju u biznisu.

Učio sam od najboljih, učio sam od starih šumadijskih seljaka, a njihov moto je bio – svoje iskustvo prenesi na drugog, nemoj da nestane sa tobom. Jedna od mojih motivacija je i da prenesem znanje drugima, da ostane lepota ovih biljaka gajenih, kako je to sada popularno reći, na eko način.

Moj rasadnik ima više od 10 hektara površine i imamo, naravno, konkurenciju. Međutim, mi se trudimo da nađemo svoje mesto i da zapravo gajimo biljke koje oni ne gaje. U Srbiji ima mnogo malih rasadnika i pet-šest velikih. Međutim, rasadnik Lepo polje se izdvaja po tome što na jednom mestu ima apsolutno sve za vrtove. Imamo sve za uređenje malih vrtova, ali i ogromnih prostora. Rasadnik Lepo polje izdvaja se i po tome što neguje stručnjake, mlade stručnjake koji su završili šumarske fakultete, odsek pejzažne arhitekture. Oni dolaze ovde, rade po nekoliko godina, stiču iskustvo i praksu, urade za to vreme mnoga dvorišta koja osvajaju prva mesta širom Srbije i bivše Jugoslavije. Postanu ime, pišu knjige i to služi za duku i ponos i rasadniku Lepo polje i njima.

Naši kupci su istinski zaljubljenici u sadnice. Uostalom, rasadnik Lepo polje je jedini na našim prostorima koji ima velike školovane biljke koje su presađivane do sedam puta. Iskreno rečeno, ja želim da neke biljke ostanu u rasadniku da bi narod uživao u njima. Postoje ljudi kojima sam spreman da prodam, postoje i oni kojima sam spreman da poklonim, ali i oni kojima nisam raspoložen ni za koje pare da prodam.

“

Neša Gajić _Moj rasadnik ima dva hektara. I sigurno će moja porodica i moja deca i posle mene da se bave ovim poslom, kao što je mene moj otac Dragan inspirisao. Završio sam elektrotehničku školu u Beogradu, koja nema veze sa prirodom. Ali sam se vratio ovde gde sam rođen da živim sa tom prirodom. Vratio sam se svojim korenima, da živim ovde i da radim ovaj posao.

Od biljaka može da se živi, ali mora puno da se uloži. Mora da se ima ljubav prema biljkama prvenstveno, ali u principu može da se živi. Iskreno da vam kažem, do sada nismo podigli nijedan kredit. Razmišljamo o tome sada zbog dodatne mehanizacije ili plastenika. Što se tiče donacija države, od toga nema ništa, koliko ja znam. Postoje povoljni krediti na godišnjem ili petogodišnjem nivou sa nekim niskim kamatama za poljoprivredne proizvođače vezano za, recimo, mehanizaciju, ili sisteme za zalivanje, plastenike... Ostalo je na nama.

”

” Nataša Čolović, inženjer pejzažne arhitekture_Deo sam stručnog tima rasadnika Lepo polje u kome ima pet inženjera pejzažne arhitekture plus osnivač i vlasnik rasadnika Dragan Gajić sa sinom. Ja zapravo ovde radim projekte, a takođe i vodim proizvodnju biljnog materijala. Mislim da sam se dobro snašla. Došla sam prošle jeseni da radim jesenju sezonu i zadržala se, evo, čitavih godinu dana. Ja lično napredujem vrlo. Ima dosta prostora za učenje. Ovde sam se prvi put i susrela sa pravim radom, praktičnim, čega, naravno, na fakultetu nije ni bilo.



Mir, tišina i lepota biljaka nemaju cenu. Mi pratimo međunarodne trendove, i trudimo se da imamo sve ono što je hit u Evropi, da 80 odsto sadnica proizvodimo sami, da sve ono što je najlepše, što se pojavljuje na našem tržištu ima i kod nas i da zadovoljimo ne samo naše kupce nego i sve one koji uživaju u lepoti naših biljaka.

U rasadnik dolaze ljudi, zaista, raznih zanimanja. Vrlo često su to i bankari, pa me pitaju imam li biznis-plan, da li sam spreman da uzmem novac da bih nešto od ovoga realizovao. Iskreno rečeno, biznis-plan imam. Imam i u glavi mnogo toga. Uveren sam da će moj sin, koji je realističniji od mene, sigurno moje snove i dosanjati. Ali ja odgovaram bankarima i ovako: možda ćemo realizovati taj biznis-plan brzo i uz pomoć njihovih kredita, a možda ću ga ja realizovati i ovako sanjajući polako i dugo i natenane uživajući svake godine u nečem novom što je, eto, izraslo iz mog sna, iz teškog rada mog sina i snaje, moje supruge i cele naše porodice.

Sarađujemo sa jednom međunarodnom organizacijom iz Holandije, sa Šumarskim fakultetom, Institutom za šumarstvo i mnogim srednjim poljoprivrednim školama na teritoriji Srbije kojima je naš rasadnik, može se reći, nastavna baza. Svi oni nam pripomažu nekim svojim mišljenjem i sugestijama. Iskreno se nadamo da će država

shvatiti da rasadnici poput našeg, sa terenom veličine desetak hektara, sa izvanrednom infrastrukturom i lepotom može da bude i prepoznatljiv brend za Srbiju i da će neko jednostavno doći da nam pomogne i materijalno i nekim drugim sugestijama.

Kada biste vi znali kako je lepo sanjati u rasadniku Lepo polje! Ja sam imao sreće da doživim mnogo mojih snova ovde, a sada jednostavno želim da ovde napravim kutak za mnogobrojne moje prijatelje, za one ljude koji u budućnosti budu dolazili, a koji će imati svega osim slobodnog vremena. Imamo projekat da napravimo vajat koji će imati mini kuhinju i sve šta treba, uradićemo i terasu, tako da će to biti vidikovac. Biće sve kao na dlanu.

A čika Boža Petrović, čuveni arhitekta starih srpskih kuća, čovek koji takođe ume mnogo da sanja i koji je mnoge snove pretvorio u stvarnost, projektovao mi je kuću u srpskom stilu. Moja supruga od 1973. godine vodi "Zlatne ruke Rajica" i preko 3.000 recepata prošlo je kroz njene ruke. To su jela starih srpskih domaćica, pa bih želeo da ljudi koji dođu ovde probaju bungur, taranu, cicvaru i mnogo atraktivnih, zaboravljenih, pa i, kako je sada moderno reći, eko jela. ■

K A F E A

zrno M, pržionica kafe
snežana maričić

KORAK PO KORAK. TA DEVIZA MNOGE PREDUZETNIKE UČINI-
LA JE BOGATIM, ALI JE I MNOGE ODVELA U PROPAST. KO HOĆE
DUGOROČNO DA SE BAVI KAFOM KAO BIZNISOM, MORA DA BU-
DE STRPLJIV I PAMETAN. TRŽIŠTE KAFE JE KAO MALA BARA U
KOJOJ PLIVAJU SVE AJKULE. TO ŠTO DANAS U SRBIJI POSTOJI
GRAND Kafa ILI DONKAFE, ŠTO VELIKI PROFIT OSTVARUJE
MULTINACIONALNA KOMPANIJA NESTLE – SVE TO NE ZNAČI DA
NA TRŽIŠTU NEMA MESTA ZA MALE, FLEKSIBILNE I BRZO PRILA-
GODLJIVE FIRME. NAROČITO NA LOKALNIM TRŽIŠTIMA KOJE NI-
KAKO NE TREBA POTCENJIVATI.

SNEŽANA MARIČIĆ JE PROIZVOĐAČ KAFE "ZRNO M" I KADA
JE, PRE DESET GODINA, ZAJEDNO SA SUPRUGOM MIROSLA-
VOM, ULAZILA U TAJ POSAO, U POŽEGI JE BILO PREKO 30 REGI-
STROVANIH PRŽIONICA.

Miroslav Po struci sam mehaničar za održavanje mašina, a su-
pruga je poljoprivredni tehničar. Ni jedno ni drugo se nismo bavili po-
slom za koji smo se školovali. Ja sam radio kao vozač u mlekari i
zbog prirode posla dolazio sam u kontakt s ljudima koji drže malo-
prodajne objekte. Onda smo Snežana i ja počeli da razmišljamo o
tome da bismo mogli nešto da radimo, a da iskoristimo kontakte ko-
je smo već imali. Posle jedne diskusije u kući došli smo na ideju da
probamo sa kafom. U to vreme bilo je preko 30 registrovanih pržio-
nica u gradu. Izgledi su nam u startu bili mali, ali smo rešili da proba-
mo, pa šta bude. Kada smo već sasvim rešili da mi to hoćemo, otišli
smo u Obrenovac kod jedne naše zajedničke prijateljice koja se već
godinama bavila prženjem i pakovanjem kafe. Znali smo da će biti
problema da nam neko pokaže kako se radi jer se ljudi boje konku-
rencije. Ona nas je stvarno prihvatila oberučke. Objasnila nam je sve,
od uzimanja sirove kafe, od procesa prženja, mlevenja, pakovanja,
do prodaje. Imali smo dan da "naučimo". Pamtili smo sve što nam je
rekla. Na kraju, kad smo se pozdravljali, ona nam je rekla: "Ako želi-
te ozbiljno da se bavite ovim poslom, tri do pet godina ne pomišljaj-

te da imate bilo kakav finansijski efekat." Znači, bukvalno se sve mo-
ra uložiti u firmu i o svakom dinaru se mora voditi računa. Rekla je da
moramo kupiti najkvalitetniju robu, to preraditi i prodavati, a to se ni-
je moglo uklapati u tržišnu cenu. Mi tada nismo imali nikakvih finan-
sijskih sredstava, znači snašli smo se. Uzeli smo od prijatelja jednu
mašinu pržionicu od 20 kilograma, najminimalniju, i jedan mali mlin.
Oni su nam to prodali, pomogli da namestimo i pokazali nam prvi pr-
oces prženja

Snežana Počeci su veoma bili teški. Krenuli smo od nule. I onda
smo morali da istrajemo. Najvažnija je bila jaka volja, samopouzdanje.
Znači, kada smo krenuli, znali smo da ne možemo stati. Bilo je i pa-
dova. Nema u poslu samo uspeha. Uspeh se stiče godinama.

Posao sa kafom je ćudljiv. To je berzanska roba, a na berzi se di-
riguje cena. U trenutku kada smo počeli da radimo u gradu su bile
33 registrovane pržionice kafe. Arilje i Požega su naša tržišta. Mno-
ge su se firme zatvorile i prešle u druge delatnosti. Konkurencija ve-
likih sistema kao su Donkafe i Grand kafa je ogromna.



Ali, naučili smo mnogo. Svi misle da je lako pržiti kafu, a nije. Mora tačno da se zna granica, ne sme da ostane živa jer je onda kisela i daje baš ružan ukus, a ne sme da bude ni prepržena jer onda je gorka i opora. Mora da se nađe neka sredina. A moj otac i suprug to najbolje znaju.

Ali, dogovorili smo se prvoga dana: dobar radnik mora da se poštuje. Znamo mi šta znači raditi kod privatnika, iskusili smo to.

Miroslav Znači, radnice nisu krive ako smo mi prodali a nismo naplatili. One odgovaraju za svoj deo posla, da li su dobro upakovale. One svakog 31. moraju dobiti platu i biti prijavljene. I sve što im pripada, godišnji odmor, slobodni dani...

Kafa je jako „prljava”, možete u njoj da naiđete i na šraf i na kamenje. Dakle, morate da vodite računa i o tome.

Naš mentalitet, pogotovu na lokalnom nivou, veoma obeshrabruje ljude koji žele da se bave privatnim poslom. Oni će radije da kupuju negde sa strane nego svoje, iz svog grada. Kad prođete tu prepreku i dokažete se, onda naiđete na sledeću: oni sa kojima radite smatraju da prvo treba platiti nekoj drugoj firmi, a mi smo tu, naši, pa možemo i da sačekamo.

Ako bih morao da izdvojim period koji nam je bio najteži, ne bih znao da li je to sam početak kad se dvoje mladih, običnih radnika odlučuje da započne biznis, da li su to prve nabavke sirovine, mašina, pa strahovi kako će da krenu, zebnja oko plasiranja, pa posle kad je posao krenuo kako ga održati i opstati na tržištu. Danas je najveći problem naplatiti svoju robu.

Što se tiče pomoći banaka i sistema kreditiranja, to nismo tražili, nismo nikad i nigde konkurisali, niti imamo u planu nešto tako. Mišlim, možda je malo uticalo na to i vaspitanje roditelja da samo od sebe zavisimo. Nama se skockalo da smo uspeli, ali mnogi ljudi nisu mogli da izdrže, pa je normalno i jedino rešenje da se podigne kredit.

Ali, što se tiče kafe, mislim da tu bilo kakav kredit ne može biti povoljan. Prvo, to je, kao što znate, bescarinska roba, često menja cenu. Naravno, ima i ona svoje troškove. Na vreću sirove u prženju gubite 20 procenata. Imate, normalno, i troškove pakovanja, ambalaže, energije, prevoza, dopremanja do maloprodajnih objekata. Sirovu kafu vi morate prvo da platite, pa tek da je uzmete. A mi svima našu robu prodajemo na odloženo. Znači, nešto što morate odmah da platite vi dajete nekome na čekanje.

Najveća motivacija za nas je da nešto ostane iza nas. Ne samo novac. Novac je potreban da budeš ugledan i u gradu, ali opet važno je da u nekom poslu postignete vrh. Voleli bismo da možemo da se proširimo, ali onda bismo širili i sistem same proizvodnje, onda bismo uključili više ljudi koji bi radili sa nama. Znači, ovo smo postigli za deset godina.

I što više radimo, više saznajemo i sve nam je lepše. Naučili smo mnogo o kafi i o poslovanju, saznali i za neke nove vrste kafe. Krenuli smo od turske kafe, sada bismo možda ubacili i neku drugu vrstu, ali treba i dalje da učimo. Mnogo ljudi prestaje da pije tursku kafu. Nažalost, turska kafa izumire iako je mnogo, mnogo kvalitetnija od nes ili espreso kafe.

Toliko je posla da mi ne možemo ići kao porodica na odmor. Uvek jedno mora da ostane da radi. Radno vreme je 24 sata, i na slavu idemo poslednji, i na svadbu idemo poslednji, uvek.

Pa ipak, moramo reći da se od kafe može pristojno živeti. ■



GRANEX

preduzeće za obradu kamena
DRAGAN ĐURIČIĆ

RAST INVESTICIJA I U PRIVATNOM I U JAVNOM SEKTORU I KOMPANIJA I GRAĐANA-POJEDINACA OTVORIO JE OGROMNO TRŽIŠTE GRAĐEVINSKIH USLUGA. GRADI SE NA SVE STRANE, PROIZVODNE HALE, POSLOVNE ZGRADE, EKSKLUZIVNA APARTMANSKA NASELJA, VILE, ALI I OBIČNE STAMBENE ZGRADE I PORODIČNE KUĆE. FIRME KOJE SE BAVE PROIZVODNIM OPREME ZA ENTERIJERE I EKSTERIJERE BELEŽE VISOKE STOPE RASTA, A SVAKODNEVNO SE NA TRŽIŠTU POJAVLJUJU I NOVE. ZAHTEVI POTROŠAČA SU SVE VEĆI, NJIHOVE POTREBE IZBIRLJIVIJE I PROIZVOĐAČI TO MORAJU DA PRATE. DA BI SE OPSTALO, MORAJU DA SE ZADOVOLJE STANDARDI KAKVI VAŽE I ZA NAJRAZVIJENIJE ZEMLJE.

DRAGAN ĐURIČIĆ, VLASNIK „GRANEXA”, PREDUZEĆA ZA OBRADU KAMENA, KAŽE DA U BOGATIĆU, JEDNOJ OD NAJNERAZVIJENIJIH SRPSKIH OPŠTINA, NEMA KADRA KOJI BI MOGAO DA POMOGNE I DA MORATE UVEK DA SE OSLANJATE SAMI NA SEBE. ALI, I PORED TOGA, NE ODUSTAJU OD DEVIZE DA KVALITET NJIHOVIH PROIZVODA MORA DA BUDE JEDNAK ONOM KOJI IMAJU SIGURNE I USPEŠNE SVETSKE FIRME.

Obradom kamena bavimo se već pedeset godina. U ovom poslu sam zahvaljujući mom pokojnom ocu. Počeo sam da studiram mašinstvo, ali sam se ubrzo uključio u posao. U Bogatiću postoje i druge radionice za obradu kamena, ali mi smo specifični jer radimo obradu kamena za enterijer, eksterijer i za spomenike.

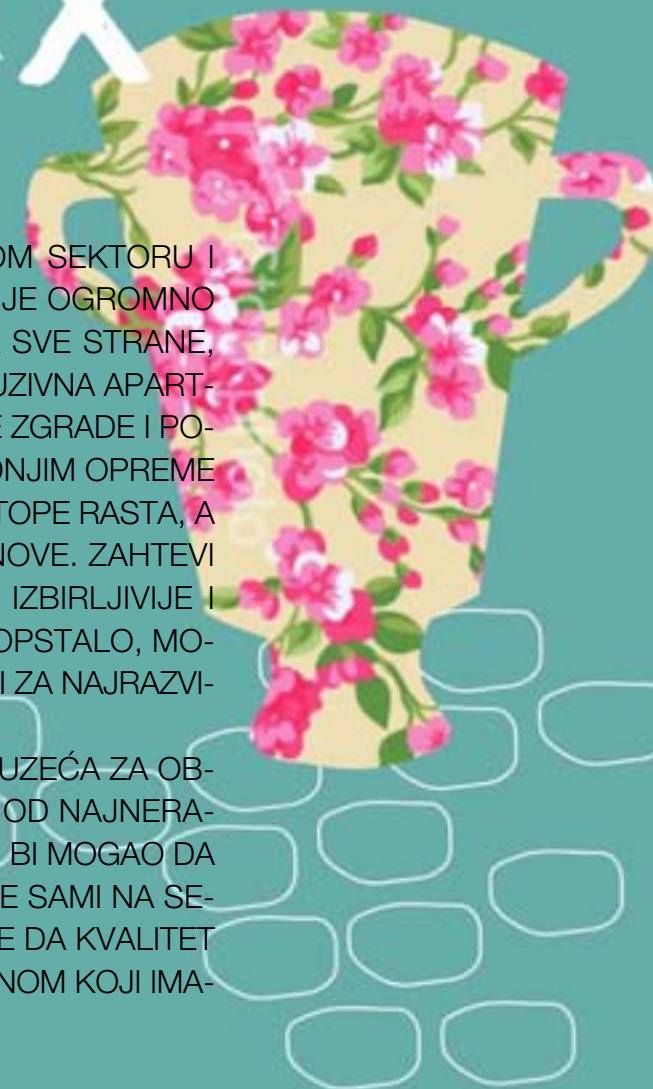
Uneo sam u startu tehničke inovacije. Počeli smo da nabavljamo opremu iz Nemačke.

Mi smo mali kolektiv, trenutno nas je pet i ja ga doživljam kao deo porodice. Neki od njih su i kod mog oca učili zanat. Uskoro će i u penziju.

Studije mašinstva su mi veoma pomogle, tako da nam ne predstavlja neki poseban problem održavanje opreme. Sami remontujemo, popravljamo i servisiramo i ne zavisimo za sve sitnice od uvoza.

Mi se uglavnom bavimo proizvodnjom i preradom, što je retkost, jer mnogi to danas u Srbiji uvoze iz Italije ili Kine. U Srbiji postoje veliki prerađivački kapaciteti u obradi kamena, ali nisu objedinjeni i organizovani kao na Zapadu.

Najveći problem u poslovanju su finansijska disciplina i naplata. Ukoliko se ugovori neki posao sa minimalnim avansom, postoji veliki problem da se to naplati. Ukoliko tražite visok avans, obide vas posao. Nabavka repromaterijala uglavnom funkcioniše i to nije problem.



Što se tiče kadrova, problem uglavnom predstavlja neki veoma težak posao za koji se traži velika stručnost. Teški su uslovi za rad, pogotovo zimi, do mlađeg kadra je sve teže doći. Spremni smo i da obučavamo kadar u hodu, međutim, mlađi ljudi se ne javljaju i traže neke druge poslove za koje će biti manje plaćeni, ali da im je lakše.

Opština je jedna od najnerazvijenijih, nema kadar koji bi mogao da pomogne i praktično uvek se oslanjate sami na sebe.

Banke nude kredite, ali problem je u kontinuitetu posla. Narudžbe su čas prevelike za naše mogućnosti, čas nikakve, i to tako u toku godine oscilira. Plus, posao je sezonski, zimi su teški uslovi za rad, sva obrada kamena je sa vodom, teško je napraviti normalne uslove za proizvodnju, a veliki su troškovi. Zima je mrtva sezona.

Jedna italijanska firma je videla naše proizvode na sajtu, posetila nas je i dala predlog za tehničku saradnju. Bili su spremni da investiraju kapital i opremu kad su videli naše proizvode, ali nisu mogli da veruju da mi na takvim mašinama možemo da damo kvalitetne proizvode. A radimo baštenske garniture, stolove, klupe, česme, fontane od prirodnog granita... Godinama smo izvozili za Austriju i Švajcarsku. Poslednjih godina to je prestalo da funkcioniše jer je velika ponuda iz Kine.

Redovno posećujem sajam kamena i mašina u Veroni i skupljam

ideje za neki nov proizvod.

Moje radno vreme je od ujutru do uveče. Teško je sada izvagati šta je prednost, a šta je nedostatak ovog posla. Veoma sam zadovoljan, jer sve što uradim uradim sa maksimalnim trudom, i ko je naučio taj posao, veoma je zadovoljan. To je meni inspiracija za dalje jer svaki posao donosi novo iskustvo.

Kada sam počeo da radim ovaj posao, nisam ni razmišljao o tome da li će se moji sinovi ovim baviti ili ne. Za sada je neizvesno. S obzirom na to da i drugi sin završava fakultet, pretpostavljam da se obradom kamena neće baviti... Slušaju i hoće da pomognu, i nisu rasipnici. Ipak je naša materijalna situacija iznad nekog proseka, ali oni to ne zloupotrebljavaju. Nešto su malo naučili, ali uskoro će doći vreme da se oni opredele hoće li raditi ovo ili ne. Za sada deluje da će stariji sin verovatno preuzeti posao, a mlađi mislim da neće. Ni moj otac nije uticao na mene da prihvatim ovo, sticajem okolnosti, posle fakulteta sam se uključio i maksimalno se zalagao u ovom poslu, učio uz njega i druge. Dok je otac radio to je bila isključivo proizvodnja

nadgrobnih spomenika, kada sam se ja uključio, počeo sam da radim enterijer i eksterijer, pa se sada uglavnom time bavimo.

Jednog dana neko me mora zameniti, godine čine svoje, ko se bude prihvatio ovog posla, mora biti spreman na veliki rad i na veliko učenje tokom celog radnog veka. Ukoliko mu to bude nametnuto ili bude morao to da radi, sigurno neće biti uspešan.

Biznis-plan nemam. Nadam se da će neko od sinova prihvatiti ovaj posao i radićemo sa novom tehnologijom, sa novom opremom, angažovaćemo sredstva od banke ukoliko su oni zainteresovani da nastave. Ukoliko ne, besmisleno je da ja sad proširujem posao, za mene je ovo dovoljno.

Moj motiv je uvek bio da ostavljam nešto za sobom, pogotovo proizvodi od kamena jesu trajni. A uspeh mi je kad je naručilac zadovoljan onim što sam uradio.

Ovo je težak posao, treba puno raditi i poznavati posao, ali i voleti to što radiš. ■

Vladimir_Gotovo da nema dana da moj otac nije imao neki problem u proizvodnji koji nije povezan sa mašinstvom i navikao je majstore da zajedno boravi sa njima, da radi, plus da traži poslove po Beogradu, pravi kontakte i stalno je u nekom grču da li će sve biti dobro, da li će biti neka reklamacija, da li će se neko požaliti i uvek je opterećen. Pruži on kvalitet, ali postoji uvek strepnja da li će sve da bude kako treba. Drugo, ja se sećam perioda, mada on to neće da pominje, kada danima i noćima nije spavao. Znači, bukvalno je rob u tom poslu. Nije išao na godišnje odmore... Mislim da je život dovoljno kratak da bih se tome posvetio a da ne vidim stvarno neku isplativost. Mislim da ne bih psihički izdržao da ne naplatim svoj rad. Drugo, postoji dosta stvari koje sam ja od njega naučio uopšte o međuljudskim odnosima i saradnji. Ako bi neko bio nekorektan, ja bih prekidao saradnju sa njim, to je nešto jače od mene, u biti sam takav, dok on nije. On je pružao mnogo puta drugu, treću šansu. To se nekad isplatilo, ali i mnogo puta nije. Kada su nailazile krize, jer prosto tržište nije bilo zainteresovano za neke proizvode koje smo već imali, on je noćima sedeo i crtao razne projekte kako bi oživeo posao. Ja sam mislio da je to apsurdno, ali to se isplatilo i onda je dve godine opstajao sa tim proizvodima koje je pravio sa tom mašinom. Mislim, bolje da procenim realno, znači ovde bi trebalo da budem i ekonomista i mašinar, ali ja to stvarno ne mogu i ne želim, a ne bih želeo da radim nesavesno taj posao, da ga što pre završim i italjam.

UGLY DUCKLING

MLADEN RADONJIĆ PROIZVODAČ VEŠTAČKIH MAMACA



KOLIKO GOD DA SE PROIZVEDE, SVE ĆE SE PRODATI IAKO JE „VARALICA” I „RUŽNO”. JER, TO JE RUŽNO PAČE ZA KOJIM PATE RIBOLOVCI ŠIROM SVETA. TAJ PROIZVOD, KOLIKO GOD MALI I BEZNAČAJAN SA STANOVIŠTA VELIKE POTROŠNJE, POKAZUJE DA ZA SVAKU GENIJALNU IDEJU POSTOJI TRŽIŠTE I DA JE ONO TO KOJE ODREĐUJE DA LI NEŠTO VREDI ILI NE. PRODAVATI PAMET, TO JE DANAS SVETSKI TREND, A DOKAZ DA SE ISPLATI JESU MNOGE NAJRAZVIJENIJE ZEMLJE SVETA KOJE SE IZ DANA U DAN TRUDE DA SVOJU KOMPETITIVNOST UVEĆAJU PRODAJOM PROIZVODA U KOJIMA JE NAJVEĆE UČEŠĆE PAMETI.

ČAČANSKA MALA FIRMA „RUŽNO PAČE”, POZNATA POD IMENOM „UGLY DUCKLING”, U SVETU JE PREPOZNATLJIV SRPSKI BREND. NJEN GLAVNI KAPITAL SU PAMET I POSVEĆENOST.

DIREKTOR FABRIKE MLADEN RADONJIĆ TVRDI DA JE DOKAZANO DA SA NJIHOVIM VARALICAMA OBIČNI RIBOLOVCI POSTAJU MAJSTORI PECANJA.

Možda zvuči čudno, ali cilj osnivanja firme "Ružno pače" ili "Ugly Duckling" bio je pokretanje zaustavljene proizvodnje i vraćanje brenda na tržište kako u Srbiji tako i u celom svetu. Kad je rođena ideja, sve se posle desilo brzo. Najpre smo hteli da se preduzeće zove "Ružno pače", ali se dogodilo da u Čačku već postoji registrovana piljara pod tim nazivom. Onda smo se odlučili za englesku varijantu i tako je na Prvi sajam ribolovačke opreme 2005. godine, bez mnogo priprema i iskustva, izašla firma "Ugly Duckling". Kreću poslovi i u ovom trenutku mi izvozimo u 25 zemalja sveta. "Ugly Duckling" se na velika vrata vratio na svetsko tržište i sve više privlačimo pažnju naših kupaca u svetu.

Završio sam ekonomiju u Rijeci. Dodir sa ribolovačkom industrijom imao sam preko ljubavi prema pecanju. Ja sam strastveni ribolovac i svaki svoj slobodan trenutak provodim kraj reka i jezera. I upravo na pecanju rodila se ideja da uđem u ovaj posao.

Meni je u komunikaciji sa kupcima, pre svega sa onima iz sveta, najviše pomoglo dobro znanje stranih jezika. Iskustva odranije koje sam doneo u ovu firmu vezana su takođe za marketing, koji mi je dosta pomogao, i sve skupa, uz jednu dobru, meni svojstvenu upornost, uslovalo je to da smo uspeli da ovaj proizvod vratimo na mesto koje mu pripada.

Misija kompanije "Ugly Duckling" jeste posvećenost ribolovu i proizvodnja vrhunskih veštačkih mamaca za sportski ribolov i ribolovački sport. U svetu to uglavnom rade porodice, to se uglavnom radi generacijama i generacijama. Mi smo jedna od retkih firmi koja u ovom trenutku nije porodična, a koja zauzima jedno ozbiljno mesto u delu ponude na svetskom tržištu veštačkih mamaca. O nama strane kompanije i naši kupci imaju iskrivljeno mišljenje da smo mi jedna ogromna kompanija, a mi smo, eto, u stvari jedna malo veća radionica koja na vreme izvršava svoje obaveze i prema državi i prema ljudima i koja se trudi da održi svoj nivo kvaliteta. Mi imamo nameru da tek narednih godina značajno uložimo u proizvodnju, pre svega u tehnologiju, kako bismo odnos koji sad imamo od dela ručnog i mašinskog rada potpuno okrenuli i dobili na produktivnosti dva-tri puta, i tek tada bismo mogli biti ozbiljniji konkurenti na svetskom tržištu.

Osim ribolovaca koji znaju šta mi radimo i znaju kvalitet našega rada, ostali, rekao bih, ne znaju i nisu upućeni. Obično sugrađani kažu: "oni tamo prave neke plovke, udice". Mislim da je u pitanju opšta neobaveštenost.

U ovaj mali proizvod, koji se pravi u 52 operacije u ovoj radionici utkano je mnogo znanja, veštine, a pre svega mnogo ljubavi. U Srbiji postoji preko 20 proizvođača veštačkih mamaca za sportski ribolov, a samo jedno je "Ružno pače", koje je i sinonim za pecanje i uopšte sinonim za varaličarenje u Srbiji.

Kada završimo "one" 52 operacije, dobijamo gotov proizvod. Tu priča nije gotova jer, da bi proizvod otišao na tržište, moramo ga naštelovati, podesiti pre pakovanja. Ovaj deo procesa se zove štelovanje mamaca i svaki mamac koji se proizvede prođe ovu fazu testiranja. Mamci koji nemaju osobenost prefinjenog rada, prefinjene vibracije, odbacuju se kao škart i njih ne pakujemo. Radimo faktički sa celim svetom bez reklamacije. Znači, proizvod koji se izvozi ide i ne dozvoljavamo mogućnost reklamiranja. Ovo je jako zanimljiva operacija jer ova ribica u vodi podražava rad ribe. Ali ne bilo kakav rad. Ona podražava rad ribe koja je ranjena, koja je imala nekakav problem i koja privlači grabljivice. Znate da u prirodi postoji prirodna selekcija, one jedinke koje su najslabije imaju najmanje šanse da prežive. Tako je i u ribolovu ta poenta jako važna i za sam način konstrukcije i prilagođavanja montaže izrade ovog mamca uzima se u obzir sve što sam naveo. Da li će imati krupnu ili sitnu vibraciju, brži ili sitniji rad za-

“ Moja najveća motivacija u ovom poslu nije bio novac, više je bilo ostaviti iza sebe nešto što zaslužuje pažnju i što treba da ima svoje mesto u nekim svetskim razmerama

”



visi pre svega od veličine, od dužine, a takođe i od namene za koju vrstu grabljivica se priprema ovaj proizvod.

Da bismo to parče drveta doveli do svoje funkcije, posle celokupne obrade, dizajna, pripreme, potrebno je praktično da mu udahnemo život. Ne samo da tako izgleda kao što izgleda. Njegova osnovna funkcija je praktično da proživi u vodi i da u krajnjem slučaju nastane jedna perfektna prevara koja će na kraju tu grabljivicu da izazove na napad. Znači treba da predstavlja uzor svojoj pravoj, prirodnoj ribici u vodi. Ja često kažem da sam u isto vreme počeo i da pecam kad sami prohodao, mada vrlo često mislim da sam pre počeo da pecam nego što sam prohodao.

Morate biti u trendu i pratiti svetske tokove. Konkurencija je ogromna. Mi ne radimo samo za ovaj prostor varalice. Radimo ih i za Čile i za Japan i za Kanadu.

Konkurencija je u svetu odavno dostigla maksimum ili da kažemo svoj optimum. Možemo da govorimo o ogromnim gigantima poput finske multinacionalne kompanije "Rapala", VMC-a, "Dama", "Šekspira" i giganata kojima mi možemo da zavidimo na svojoj snazi, veličini i postojanosti. Međutim, sve je to za mene bio jedan veliki izazov kako doći u poziciju da jedan odličan proizvod, kakav je bilo "ružno pače" u svom osnivanju i u svom nastanku, vratimo na tržište.

Mi se ne možemo sa Kinom takmičiti u delu produkcije i delu kvantiteta i zato idemo na priču da pravimo odličan proizvod visokog kvaliteta, ali ograničenog broja. Sa takvom pričom smo uspeli i, naravno, priča ne bi bila dovoljna da iza nas ne stoji kvalitet proizvoda. Kod nas je kvalitet merljiv kroz lovnost na rekama, jezerima i morima. U ovom trenutku, verujte mi, ne postoji nijedna riba grabljivica koja nije upecana mamcima "ružno pače" na rekama, jezerima i morima širom sveta.

U ovom trenutku mi naše proizvode izvozimo u 24 zemlje sveta. Izvozimo i u Evropu, i u Afriku, i u Aziju, i u Južnu Ameriku, i u Australiju, na svih pet kontinenata i zadovoljni smo našom pozicijom u ovom trenutku.

U ovom poslu je najvažnije međusobno izgrađeno poverenje. Naime, kompanije sa kojima mi saradujemo vezuju se za menadžera, čoveka koji sa njima radi i saraduje, a manje im je važno koja firma stoji iza njih. Naravno, u celom poslu su najvažniji rokovi, kvalitet, kvalitet i kvalitet.

O brendu

Brend je zaštićen u EU do 2018. godine pod svojim trgovačkim

imenom "Ugly Duckling" i ja mislim da je to jedan od prvih brendova iz Srbije koji je svoju zaštitu našao u EU. Prema našim saznanjima, preko Španske konvencije imamo zaštitu još 32 zemlje sveta, što je za početak dobro i naša je namera da brend i dalje jačamo na svetskim tržištima jer to je ono što nas interesuje i što nam je potrebno.

Marketing ima veliki značaj u promociji i prodaji ovog proizvoda. On predstavlja osnovu za apsolutni uspeh našeg proizvoda kako kod nas tako i u svetu.

U trenutku kada smo postavili sajt pre dve godine imali smo najviše 6.000 posetilaca mesečno. Evo, reći ću vam informaciju da je u oktobru 2007. naš sajt imao 217.000 posetilaca!

Uslovi u kojima mi privređujemo i uslovi u kojima privređuju strane kompanije su potpuno različiti. Naime, prvo nisu isti zakoni, nije isti mentalitet ljudi o kojima pričamo i iskustva ili nekakva merjenja koja bi mogla da naprave strane kompanije kod nas ne bi mogli da se primene u našem slučaju.

Naravno, bez dobre analize, bez biznis-plana, bez jasne vizije poslovanja nema ni napretka, nema ni budućnosti i mislim da bi dolazak takvih kuća u Srbiju bio potreban, ali to nažalost, u ovom trenutku zbog opštepoznatih stvari nije primenljivo i ne može se primeniti. Mi imamo sasvim jedan drugi standard. Moja priča je česta u našem kolektivu, a ona glasi da mi ne možemo kvantitetom da se takmičimo sa Kinom, ali zato možemo i hoćemo i moramo da zadržimo kvalitet koji imamo na tržištu i da ograničenom proizvodnjom postignemo i zauzmemo mesto koje nam pripada na tržištu.

Već evo treću godinu zaredom, da počnemo od naših sajnova, "Ugly Duckling" osvaja najprestižnije nagrade na Ribolovačkom sajmu u Novom Sadu. Ove godine na sajmu Efteks u Pragu osvojili smo prestižnu nagradu "najbolji novi mamac" u konkurenciji 840 izlagača iz celoga sveta.

Činjenica jeste da do sada niko iz Srbije, apsolutno niko nikada nije osvojio nikakvu nagradu na sličnim sajmovima ribolovačke opreme.

Možemo već sada da kažemo da smo našu kompletnu proizvodnju za 2008. već prodali i da znamo koje su to potrebe, koji su zahtevi tržišta koje mi sada imamo i koje smo uspeli da osvojimo. Naravno, mi smo još uvek jako mali da bismo velika tržišta poput američkog, osvojili, jer je to tržište koje traži na milione naših mamaca, a mi u ovom trenutku nismo spremni na taj izazov jer želimo da zadržimo po svaku cenu kvalitet i da i dalje ostanemo prepoznatljivi po njemu jer on nosi naš proizvod.

Mi smo u prošloj godini dobili jednu malu finansijsku potporu, finansijsku injekciju, da kažem, od Agencije za podsticaj razvoja i izvoza SIEPA, i dobili smo približno 900.000 dinara, bespovratnih sredstava za promocije i jačanje izvoza našega proizvoda. Činjenica je da smo u prošloj godini imali 42 odsto izvoza, a da ćemo ovu godinu završiti sa 92 odsto izvoza, govori da su sredstva dobro iskorišćena za poboljšanje kvaliteta upakovanih proizvoda.

Pomoć države u razvoju "Ugly Duckling" programa vidim kroz dve aktivnosti. Prva je otvaranje povoljnih kreditnih linija i druga aktivnost jeste učešće odnosno pomoć u promociji brendova na stranim tržištima. ■

METAMORF

STUDIO

ZORICA MILOŠEVIĆ PRODUCENT

SVETSKO TRŽIŠTE KOMPJUTERSKIH I VIDEO-IGARA VEĆ JE GODINAMA JEDNO OD ONIH TRŽIŠTA KOJA NAJBRŽE RASTU. MILIJARDE DOLARA VRTE SE U OVOM BIZNISU, U KOME PRIMAT DRŽE TEHNOLOŠKI NAJRAZVIJENIJE ZEMLJE ZAPADA I DALEKOG ISTOKA. U PITANJU SU VISOKOSOFISTICIRANI PROIZVODI I ODATLE NIJE ČUDNO ŠTO JE PIRATERIJA U OVOJ OBLASTI UZELA NAJVIŠE MAHA U SVETSKIM RAZMERAMA. ZNANJE JE UVELIKO NAJCENJENIJI RESURS I NAJLAKŠE SE UKLJUČUJE U GLOBALNU KONKURENCIJU.



Kompjuterska igra Genesis Rising predstavlja šestogodišnji trud ekipe Metamorf-studija. Radi se o prvoj komercijalnoj igri A klase koju su u celosti smišljali i razvijali domaći programeri i koja je finansirana domaćim kapitalom! Izdata je u saradnji sa stranim izdavačem i nije prva koja je na ovaj način objavljena na svetskom tržištu, ali je jedinstvena po tome što je u potpunosti autorsko delo ovog tima. Producent domaće pameti na delu je Zorica Milošević.

Kompjutersku igru *Genesis Rising* počela sam da radim vrlo zanimljivo.

Tim koji je počeo sa mnom da radi, ilustrovani časopis Bager, došao je na ideju da napravimo nešto što do tada niko u Srbiji nije uradio. Zamisao je bila da osvojimo ceo svet. U Evropi, Americi i Aziji, svuda se *Game* industrija poštuje i uvažava za razliku od Srbije.

Zašto? Zato što u Srbiji tiraž koji smo mi zamislili ne možemo da prodamo i da uopšte nešto zaradimo. A zašto? Zato što su ovde autorska prava nezaštićena i zato što ovde piraterija postoji. Nas interesuje da neko stoji iza nas, da nas zaštiti, da se pojavimo svuda u svetu. Jer svi naši susedi već imaju neke igre koje su objavili, a iz Srbije ovako nešto nikada nije izašlo. Meni je najvažniji uspeh da uradim nešto što ću ostaviti iza sebe. Zaista mi je oduvek bila želja da radim sa mladima, jer oni su jako interesantni, jako vredni ljudi. Po-


lažem veliku nadu u mlade. Znači, moj cilj je da ono što počnem da radim to i završim. To mi je najvažnije.

Po prirodi sam uvek bila buntovnik, samostalna, uvek sam verovala u sebe, ali, verujte mi, nikada nisam verovala da ću ovako nešto napraviti. Moja želja je bila da budem filozof ili da budem dizajner. Završila sam grafičku, a, evo, bavim se izdavaštvom. Od umetnosti nema ništa, iskreno, ovde se najviše para zaradi na trgovini. Nažalost, i ja sam bila prinuđena da se bavim trgovinom.

Moj tim čine zaista kvalitetni mladi ljudi, programeri, animatori, modelari. Imamo jednog vrlo stručnog scenaristu, glavnog dizajnera koji je i stvorio *Genesis Rising*. Naša početna igra bila je pod imenom *Krucifm* i nastala je od stripa koji smo inače napravili u našoj kući.

Mladi ljudi koji rade za *Genesis Rising* su vrlo talentovani, obrazovani i kreativni. Željni su da taj projekat zaista bude pohvaljen u svetu. Na sajmovima je naša igra pohvaljena kao jedna od najboljih i najboljih igara koje obećavaju. Mladi koji rade sa mnom su vrlo istrajni u tom poslu, što se meni jako dopada kod njih.

Metamorf je započeo igru pre šest godina i 70 ljudi je učestvovalo u projektu. Imam potrebu da za mene radi od 50 do 100 ljudi. To je moja želja, a ne da mladi talentovani ljudi pakuju kofere i odlaze u svet. Nažalost, ne mogu da im pružim plate koje oni mogu da im da-



ju, ali kada bismo se svi pokrenuli, kada bismo u državi stavili akcenat na ono što se tiče inteligencije i znanja, mi bismo zaista uspeli. Imali bismo mnogo veće plate i mnogo veće mogućnosti da naši mladi ljudi ostanu ovde.

Svakog dana se u svetu pojavljuje hiljade igara koje završe u smeću. Velika je konkurencija u *Game* industriji. Ali najbitnija je ideja. Kada imate ideju i kad ste kreativni, onda možete da očekujete uspeh. Naša ideja o genetskom inženjeringu je vrlo interesantna.

Kod nas se nikada niko nije bavio ovom industrijom. I najveći je problem kada tražite ljude, ne možete da ih nađete. I to malo ljudi koji su nešto znale, verujte mi, oni su otišli iz ove zemlje. Upravo odatle je moja ideja da napravim školu koja će da obrazuje mlade ljude da se bave ovim poslom.

A država, što se tiče ove grane industrije, spava. Ja bih rado da neki budilnik napravimo koji će da probudi državu i da jednostavno obrati pažnju na mlade ljude koji se bave ovim poslom. Ako nam ikada zatreba novac, verujte mi, kome god da se obratimo, svi prvo pitaju šta imaš da založiš, šta imaš kao garanciju. Da li je moguće da taj posao koji mi radimo i taj intelekt koji prodajemo nije dovoljan nego su potrebne kojekakve hipoteke i sve ostalo.

Kada je počela naša proizvodnja, sva privatna sredstva koja sam imala uložila sam u tim. Kad su nastupili problemi s novcem, pokušala sam da se obratim mnogim bankama, ali nikada nisam smela da pokažem ono što radim jer sam morala da ga čuvam kao autorsko delo koje do tad nikada nije video. To je bitno svim našim inostranim partnerima. Ne treba zaboraviti da je *Game* industrija na četvrtom mestu u svetu po prihodu. To je ogromno tržište. Niko u Srbiji to nije istraživao.

Biznis-plan imamo. To, naravno, moramo kroz ove naše projekte da radimo i stal-

no se ubacuju neke nove stvari. Mi mislimo da ćemo za godinu dana uspeti za završimo jednu igru koju smo započeli pre par meseci. Za godinu dana mislimo da ćemo izbaciti još jednu igru.

Goran Rajšić dizajner—Ja sam bio glavni dizajner, i to podrazumeva da sam imao neku vrstu kreativne kontrole nad celim timom. Znači da sam sve kreativne odluke i uopšte vizuelne odluke video-igre kontrolisao tokom svih ovih godina rada, što je neka kombinacija režije, art direktora i scenariste na samoj igri. Ova igra je nastala prema stripu koji sam radio sa kolegom Nikolom Vitkovićem i taj svet iz stripa razvili smo kasnije kroz celu igru. Od te početne ideje smo uzeli likove, uopšte priču i ceo seting, neku vrstu umetničkog stila koji se tokom igre menjao kako smo učili da procenjujemo šta je potrebno na svetskom tržištu igara.

Meni uopšte nije težak timski rad kao takav. Ja uživam da radim sa timom. Ali je problem generalno kod nas što ljudi nisu navikli da rade u timu i jako je teško napraviti hijerarhiju i uopšte komunikaciju među članovima tima. Jer, mi smo tokom 90-ih odučeni od nečega takvog. Ljudi koji su se uopšte bavili kreativnim poslovima sedeli su u kućama i na neki način su bili samouki. Nisu imali nekih dodira sa nekim timskim poslovima iz jednostavnog razloga što se to nije moglo tada isplatiti u bilo kom smislu. Znači, neko ko se bavio stripom radio je kod kuće za svoj ćef. Ili programeri, oni su kod kuće radili za svoj ćef neke male igre i imali su demo-scenu na kojoj su pravili neke vrste prezentacije svojih talenata i umeća. Ali sve je to bilo na nivou ličnog zadovoljstva i nisu morali nikome da odgovaraju. Cilj im je bio samodokazivanje i to su radili samo iz ljubavi. Pošto sad pokušavamo da napravimo atmosferu da moramo da odgovaramo tržištu, gde moramo da opravdamo budžet



DALIBOR NOVAK dizajner_Svrha igrice je zabava, ali, po mom mišljenju nije samo zabava kao na primer film. Film je klasičan vid zabave, jer za razliku od igara on ne zahteva aktivno učešće konzumenta. A kod igrice čovek aktivno učestvuje u samoj igri. I u zavisnosti od žanra igre je i nivo angažovanja. Ali u tom grmu leži zec. Baš zbog toga čovek može da koristi igru i kao vrstu edukativnog softvera, tako da nije u pitanju samo zabava, nego može da se nauči nešto. Može čovek da razvije neke veštine koje, recimo, kroz gledanje filma i čitanje knjige ne bi mogao.

Generalno se misli da su igre namenjene deci od sedam do petnaest godina i da je svaka igra "priglupa" i da cilja upravo na tinejdžere. Ali u poslednje vreme se sve više pojavljuje igara koje šire tu ciljnu grupu, čak i na preko 30 godina, pa i na žensku publiku. Naša ciljna grupa su ljudi stariji od 20 godina. Sad, to je bio mač sa dve oštrice. Dobili smo pohvale za originalnost, a s druge strane, prosečan konzument igara ne voli mnogo da razmišlja. Tako da treba biti jako oprezan kada se neke nove stvari uvode u samu igru.

i da postignemo određeni profit i određene rezultate, onda moramo i da se takmičimo sa stranim timovima koji su oдавно u tome i mnogo, mnogo jači i komunikativniji od nas. Bilo je jako teško napraviti atmosferu gde ljudi razmišljaju kao tim, a ne individualno i gde se svakom ispunjavaju lične želje, a ne neki viši cilj koji imamo svi zajedno. To na primer u Americi ne postoji. Problem u komunikaciji, problem u hijerarhiji, kod njih ne postoji. To je tamo decenijama građeno, tako da se zna ko šta radi i ko kako komunicira. Kod nas to ne postoji. Morali smo jedni druge da učimo tome i ako shvatimo da, jednostavno, ako se svađamo, prepiremo i ako svako svoje gura, ne možemo daleko da stignemo. Čak i lošiji tim koji bolje komunicira mnogo pre će postići cilj nego neki tim pun talentovanih ljudi od kojih svako gura na svoju stranu. To je ovde bio najveći problem i to smo vremenom koliko-toliko izgladili.

ZORICA producent_Najveća motivacija je da ostavim nešto iza sebe i da otvorim put novim mladim generacijama.

Doći do uspeha je samo vera u ono što radite, dobar cilj, postavljen dobar cilj i istrajnost.

Poslovna deviza je isključivo biti istrajan i verovati u sebe i u ono što radiš. 

