



BIZNIS & FINANSIJE

**EKONOMSKA
ZAVISNOST
PALESTINE
OD IZRAELA**

**UBI NAS
PODRŠKA
DRŽAVE**

**KO KONTROLIŠE
POLJOPRIVREDNO
ZEMLJIŠTE
U UKRAJINI?**

**VELEPRODAJA
U SRBIJI**

POVUCI POTEGNI



ŽIVOTNO OSIGURANJE KOJE PRATI TVOJ RITAM



Dynamic Life je životno osiguranje koje će vam uštedeti novac. Jednostavno je i lako: tvoja kupovina postaje tvoja štednja.



DynamicLife



VELIKIH 5 GODINA

Petogodišnjica Lidla u Srbiji: godine posvećene zadovoljstvu potrošača i zaposlenima

Kupovina namirnica je svakodnevna obaveza koja nas sve povezuje. Prilikom kupovine, razmatramo budžet, ali takođe i kvalitet proizvoda koje stavljamo na svoj sto. U tom kontekstu, Lidl Srbija se ističe kao kompanija koja pruža najbolji odnos cene i kvaliteta, ali sigurnost i odgovornost prema svojim potrošačima, kao i zaposlenima. Od svojih početaka u Srbiji, Lidl je proširio svoju prisutnost na 38 gradova širom zemlje sa 67 prodavnica, dva logistička centra i oko 3.300 posvećenih zaposlenih.

Prema Gfk istraživanju za 2023. godinu* Lidl je na prvom mestu po proceni sveukupnog zadovoljstva potrošača, a isto istraživanje pokazuje i da je broj jedan i po ocenama sveukupnog zadovoljstva i u kategorijama svežeg voća i povrća, kao i pekare.

ŠTA JE LIDLOVA TAJNA USPEHA?

Kako i sami u ovoj kompaniji kažu, Lidl se trudi da potrošačima obezbedi da

kada pogledamo potrošačke korpe sa proizvodima uporednog kvaliteta, korpa kupljena u Lidlu, bude najpovoljnija, ali ono što je primetno je da Lidl aktivno prati navike i potrebe svojih potrošača.

Lidl u svom asortimanu zato sada ima i proizvode za potrošače sa specifičnim potrebama u ishrani - Vemondo i Free from proizvodi bez laktoze i glutena u Lidlu omogućavaju potrošačima da čine dobro sebi, ali i prirodi. Takođe, potreba potrošača za programom lojalnosti, ispunjena je dodavanjem plusa na već odličan Lidlov kvalitet i povoljne cene i prošle godine potrošačima je predstavljen i program lojalnosti – Lidl Plus. Kako je veliko interesovanje za Lidl Plus izazvalo i dosta komentara potrošača u vezi sa obezbeđivanjem besplatnog Wi-Fi pristupa u našem prodajnom prostoru, sada sve Lidl prodavnice imaju obezbeđenu besplatnu bežičnu internet mrežu.

Pored kontinuiranog praćenja navika i potreba svojih potrošača primetno je

da Lidl intenzivno radi i na zadovoljstvu i razvoju svojih zaposlenih. Pored paketa benefita koje zaposleni u Lidlu imaju, od kojih se svakako ističe privatno zdravstveno osiguranje za sve zaposlene pod istim uslovima, ova kompanija zaposlenima pruža prilike za poslovno usavršavanje i razvoj. Tako je u periodu od početka rada Lidla u Srbiji sprovedeno više od 375 programa obuka, a zaposleni su pored toga proveli čak 77.677 dana, tj. 213 godina na obuka u drugim zemljama sa ciljem da znanja i iskustva sticana u inostranstvu prenose na svoj svakodnevni posao.

Lidl definitivno ima zaposlene koji su dinamični, spremni i motivisani da isprate promene i unapređenja koja potrošačima omogućavaju jedinstveno iskustvo kupovine u prodavnicama širom Srbije, a Lidl Srbija je bez sumnje partner koji kombinuje kvalitet, odgovornost i inovacije kako bi svakodnevna kupovina ostala pravo zadovoljstvo svakom potrošaču.

* Gfk multiklijent studija „Shopper 360“ za tržište Srbije 2023. U istraživanju učestvovalo 1.412 ispitanika u periodu od 21.02. do 02.03.2023

**„Shopper 360“ je multiklijent studija koja kombinuje podatke Panela domaćinstava i „Why to buy“ upitnika



VELEPRODAJA U SRBIJI POVUCI-POTEGNI

Kupovina i prodaja na veliko donose sve manju zaradu u okolnostima kada u lancu od proizvođača do krajnjeg potrošača rastu troškovi a kupovna moć pada. Primetno je da se veletrgovci istiskuju sa tržišta jer proizvođači počinju samostalno da prodaju svoju robu, posebno u prehrambenoj industriji. Tekstilci tvrde da pod pritiskom strane konkurencije i polovne i švercovane robe, izumiru i domaći proizvođači i trgovci, dok se veleprodavci u građevinarstvu žale na sve veća kašnjenja u plaćanjima. U veletrgovini lekovima i medicinskom opremom država je redovnije platiša od privatnog sektora, ali sreću kvare javne nabavke koje forsiraju nisku cenu na uštrb kvaliteta. Na nezavidnu situaciju ukazuju i veletrgovci pogrebnom opremom, koji tvrde da čak ni smrt više nije siguran posao.

PERISKOP

- 6 EKONOMSKA ZAVISNOST PALESTINE OD IZRAELA**
Zarobljeni u novčaniku protivnika
- 8 KO KONTROLIŠE POLJOPRIVREDNO ZEMLJIŠTE U UKRAJINI?**
Domaći bogataši i strani pajtaši
- 12 PATRIOTIZAM NA RASPRODAJI**
Piloti britanski, milioni kineski

BIZNIS

- 14 REMONDIS MEDISON, JEDINI PRERAĐIVAČ FARMACEUTSKOG OTPADA U SRBIJI**
Kad lekovi truju, umesto da leče
- 16 TRŽIŠTE ŠKOLSKOG NAMEŠTAJA I OPREME**
Sedi, jedan!
- 20 APICENTAR, PREDUZEĆE ZA SELEKCIJU I REPRODUKCIJU PČELINJIH MATICA**
Uspešni pčelari koji ne proizvode med

FINANSIJE

- 22 PRIVREDNICI O REBALANSU REPUBLIČKOG BUDŽETA**
Ubi nas podrška države
- 26 ZALOGE NA ŽIVOTINJE**
Kad za otplatu duga garantuješ tuđim životom
- 28 POREZ NA IMOVINU I ŽIVOTNA SREDINA**
Nekome majka, nekome maćeha

TEMAT

- 30 VELEPRODAJA U SRBIJI: POVUCI POTEGNI**
- 31 HRANA I PIĆE**
Trka s preponama
- 34 TEKSTIL, ODEĆA I OBUĆA**
Životarenje na putu do zagrobnog života
- 36 LEKOVI I MEDICINSKA OPREMA**
Najjeftinije nije uvek i najisplativije
- 38 GRAĐEVINSKI MATERIJAL I OPREMA**
Svi nešto čekaju
- 40 POGREBNA OPREMA**
Smrt nije jedino sigurno zanimanje

INTERVJU

- 42 HADŽI IVAN REDI, ARHITEKTA**
Gradovi se ne grade za jednokratnu upotrebu

SKENER

- 46 GLAMUROZNA PRODAJA NEIZGRAĐENIH KVADRATA**
Još malo pa Diznilend
- 48 KOJE KULTURE PEOVLADUJU U DOMAĆOJ ORGANSKOJ POLJOPRIVREDI**
Voće na čelu, povrće na začelju

NOVE TEHNOLOGIJE

- 52 ILBE STUDIOS: PROIZVODNJA ANIMIRANIH FILMOVA U SRBIJI**
Računari umesto olovke

NAUKA

- 54 DA LI ŽIVOTINJE VARAJU?**
Lažni pokojnik, lopov, pokeraš i zavodnik

KOKTEL

- 56 ZVEZDANA PISAREVIĆ, KNJIGOVOĐA, PREDAVAČ I OSNIVAČ MUZEJA KNJIGOVODSTVA**
U životu je sve sklono propadanju, osim znanja
- 58 UPOTREBA ALTERNATIVNE MEDICINE U SVETU I SRBIJI**
Biljke koje zveče

KOMUNIKACIJE

- 60 AMERIČKI KONGRES O IZUMIRANJU ISTRAŽIVAČKOG NOVINARSTVA**
Novine duhovi

REPRINT

- 62 POLOŽAJ MEDIJSKIH DOPISNIKA IZ UNUTRAŠNOSTI SRBIJE**
Većina beogradskih redakcija se ponašaju kao predatori

VREMEPLOV

- 64 PRETEČE DANAŠNJEG SRPSKOG KRIMIĆA**
Duša svaka traži svog junaka

IMPRESSUM

Izdaje: Novinsko izdavačko preduzeće BIF Press d.o.o. 11 000 Beograd, Vase Čarapića 13, V sprat, Telefon: (011) 328-29-25, **Direktor:** Biljana Romić Punoš; **Glavni i odgovorni urednik:** Zorica Žarković, **Uređivački kolegijum:** Zorica Žarković, Marija Dukić, **Urednik fotografije:** Marija Dukić, **Fotografije:** Pixabay, **Stalni saradnici:** Nenad Gujaničić, Vladimir Adonov, Daniela Ilić, Dražen Simić, Mirko Miloradović, Marica Vuković, Vesna Lapčić, Danijela Nišavić, Aleksandra Galić, Katica Đurović, Biljana Ljubisavljević, Mirjana Stevanović; **Marketing:** Zoran Mijatović; **Prepress:** triD; **Štampa:** "Rotografika", Subotica; **Godišnja pretplata:** 8.000 dinara; **Cena za inostranstvo:** 150 EUR. U cenu pretplate uračunati su svi specijalni dodaci koje "Biznis i finansije" objavljuje u toku godine; **Žiro račun:** 170-300950534-65 Unicredit banka Srbija a.d, Beograd, Rajičeva 27-29; **e-mail:** redakcija@bif.rs; marketing@bif.rs; pretplata@bif.rs; www.bif.rs

EKONOMSKA ZAVISNOST PALESTINE OD IZRAELA

Zarobljeni u novčaniku protivnika

U pozadini najnovijeg rata u Izraelu, već decenijama se odvija ekonomska bitka u kojoj su Palestinci odavno poraženi. Palestinska ekonomija je skoro 28 puta slabija od izraelske i maltene potpuno zavisi od nje. Sistem kontrole koji je Izrael uspostavio širom Zapadne obale, onemogućava Palestincima trgovinu i pristup vitalnim resursima. Zbog toga je Palestina u poslednjoj deceniji pretrpela gubitke od 36,4 milijarde dolara, što je skoro dvostruko više od njenog BDP-a u 2022. godini.

Piše: Vladimir Adonov

Aktuelni rat između Izraela i palestinskog militantnog pokreta Hamas, izbio je za manje od mesec dana nakon neslavne tridesetogodišnjice sporazuma iz Osla, koji su 13. septembra 1993. godine potpisali ispred Bele kuće tadašnji izraelski premijer Jicak Rabin i vođa Palestinske oslobodilačke organizacije Jaser Arafat. Ovaj sporazum o privremenoj palestinskoj samoupravi trebalo je da reši spor između dve strane za

pet godina, a njegovi akteri su dobili Nobelovu nagradu za mir.

Rešenje na papiru, u praksi se pretvorilo u jedan od najdugotrajnijih sukoba u modernoj istoriji. Obećanja da će Palestinci dobiti svoju državu i da će se izraelske vojne snage povući iz Pojasa Gaze i sa Zapadne obale nisu se obistinila. Umesto toga, broj izraelskih doseljenika na okupiranoj teritoriji uvećao se za tri decenije sa oko sto hiljada na pola miliona.

Dugotrajna netrpeljivost i oružani sukobi između dva naroda su toliko postali deo svakodnevnice, da je malo ko u međunarodnoj javnosti, opsednutoj ratom u Ukrajini, obratio pažnju na crvene lampice koje su se upalile još početkom ove godine. Već tada, pojedini analitičari su upozoravali da sve češći i ozbiljniji incidenti između Izraelaca i Palestinaca vode u novi rat, koji može da „zapali“ ceo Bliski Istok. Sada, kada se užasnom brzinom gomilaju mrtvi i ranjeni na obe strane i nijedna ne želi da pregovara, umnožavaju se i scenariji ko je u stvari isprovocirao sukob ovolikih razmera i ko će od toga profitirati.

Za razliku od takvih nagađanja, sasvim je izvesno da će najveće žrtve i na jednoj i na drugoj strani biti obični ljudi, posebno oni u Pojasu Gaze, gde živi 2,3 miliona Palestinaca. Izraelska vojska je uporedo sa ratnim dejstvima, stanovništvu u Gazi obustavila sve od čega zavisi svakodnevni život. Ovakva odluka pretda izazove humanitarnu katastrofu, pri čemu je situacija na ovoj teritoriji bila kritična i pre najnovijeg rata.

Poraz palestinske ekonomije

Naime, u proteklih 56 godina, uporedo sa oružanim sukobima dve strane odvijao se ekonomski rat,

u kojem su Palestinci, naročito oni na okupiranim teritorijama, odavno poraženi. Palestinska ekonomija je skoro 28 puta slabija od privrede u Izraelu i maltene potpuno zavisi od nje.

Prema podacima Svetske banke, Izrael je prošle godine zabeležio visok privredni rast od 6,4%, vrednost BDP-a je premašila 533 milijarde dolara i činila je 0,23% svetske ekonomije. Bruto domaći proizvod po stanovniku je bio 70% iznad proseka OECD-a, privatna potrošnja u Izraelu je uvećana za 7,5%, dok je po glavi stanovnika porasla za 5,5%.

Isti izvor navodi da je Palestina lane zabeležila vrednost BDP-a od svega 19,11 milijardi dolara, što je 0,01% svetske ekonomije, uprkos privrednom rastu od 3,6%, uvećanju bruto potrošnje za 7% i direktnih investicija za preko 15%. Najviše je rasla industrijska proizvodnja, potom usluge i građevinarstvo, dok je poljoprivreda zabeležila pad.

Izrael je drugi u svetu prema broju startap firmi, ističe se po vrhunskim proizvodima u oblasti novih tehnologija, a pored tehnoloških uređaja i usluga, najviše izvozi drago kamenje i metale. Prošle godine, izvoz iz Izraela je skočio za 10%, na rekordnih 160 milijardi dolara, a najveći spoljnotrgovinski partneri su bili SAD, Kina i Nemačka.

Vrednost palestinskog izvoza je lane iznosila samo 1,58 milijardi dolara, dok je uvoz vredeo 8,19 milijardi. Palestina uglavnom izvozi predmete od kamena, nameštaj, plastiku i čelik. Iako svoje proizvode plasira u Jordan, Ujedinjene Arapske Emirate i nešto malo u SAD, njena privreda je u ogromnoj meri zavisna od Izraela.

Odatle pribavlja preko 53% ukupnog uvoza i tamo plasira više



Foto: Cole Keister, Unsplash

Šteta koju niko ne može da nadoknadi

Ove godine, obe strane su beležile znatno lošije ekonomske rezultate u poređenju sa prethodnom, i pre nego što je izbio rat. Međunarodni monetarni fond (MMF) je prognozirao da će se ekonomski rast u Izraelu prepoloviti u odnosu na 2022. godinu jer privreda usporava, inflacija je veća od očekivane, a nezaposlenost raste. Strane investicije su u prvoj polovini godine pale za 60%, prvenstveno zbog manjih ulaganja u tehnološki sektor, koji je zabeležio i značajan pad u izvozu.

Predviđanja za palestinsku privredu su bila još lošija, sa projektovanim rastom ispod 3% i to pod uslovom da se ne umanjuje obećana međunarodna pomoć, koja sada dolazi u pitanje. MMF je u svojim projekcijama u avgustu posebno upozorio na moguću eskalaciju neprijateljstava, zbog sve sumornijih izgleda palestinske ekonomije, daljeg pada dohotka po glavi stanovnika, rasta nezaposlenosti i siromaštva, naročito u Pojasu Gaze.

Sada se, naravno, prave potpuno nove računice o tome koliko će ovaj rat koštati svetsku ekonomiju i sukobljene strane. Već je objavljeno da će troškovi rata za Izrael iznositi skoro sedam milijardi dolara, odnosno najmanje 1,5% izraelskog BDP-a u narednom periodu. Procena za Palestinu još nema, izuzev onih da su četiri velike vojne ofanzive koje je Izrael pokrenuo protiv Gaze između 2008. i 2021. godine nanele štetu od tri milijarde dolara.

U svemu tome je, očigledno, postao najjeftiniji ljudski život. Kancelarija Ujedinjenih nacija za koordinaciju humanitarnih poslova (OCHA) navodi da je u izraelsko-palestinskim sukobima od 2008. do 2020. godine poginulo 5.600 i ranjeno 115.000 Palestinaca, dok je u istom periodu život izgubilo 250, a povređeno 5.600 Izraelaca. Ove brojke u sadašnjem ratu zastrašujuće rastu. To je šteta koju nijedna statistika na svetu ne može da proceni, niti ima finansijskog fonda koji može da je nadoknadi. ●

od 86% ukupnog izvoza, ali beleži strukturni deficit sa Izraelom jer je većina izvezene robe niske vrednosti. S druge strane, Palestina uvozi iz Izraela skoro svu svoju električnu energiju zajedno sa gasom i naftom, električne uređaje, vozila, IT proizvode i deo prehrambenih namirnica.

Gubici veći od privrede

Nastojeći da smanje ekonomsku zavisnost od Izraela, palestinske vlasti su potpisale trgovinske sporazume s nekoliko zemalja u regionu, uključujući Saudijsku Arabiju, Katar i Ujedinjene Arapske Emirate, i razvile nove trgovinske rute kroz Sredozemno more i Jordan. Međutim, fizička i administrativna ograničenja koja je Izrael nametnuo Palestincima na okupiranim teritorijama sputavaju njihovu trgovinu i pristup najvrednijim resursima.

Svetska banka navodi da oni uključuju zajedničke vodne resurse i oko 1,5 milijardi barela naftnih rezervi na Zapadnoj obali, kao i više od 2,5 milijardi dolara vrednog pri-

rodnog gasa u blizini obale Gaze. Banka u svom izveštaju iz maja ove godine ističe da Izrael „sistemski lišava palestinsku privredu svih elemenata koji su vitalni za njeno zdravo funkcionisanje, što neprekidno smanjuje sirovine za proizvodnju, još više pogoršava životne uslove i dodatno destabilizuje ionako napeutu političku situaciju“.

Konferencija Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju (UNCTAD) već godinama skreće pažnju na sve gori položaj palestinskog stanovništva na okupiranim teritorijama. U izveštaju za prošlu godinu se, između ostalog, navodi da su prosečne plate u javnom sektoru u Gazi dvostruko manje, a u privatnom čak sedam puta niže u poređenju sa prosečnim zaradama u Izraelu. UNCTAD procenjuje da Palestina zbog izraelskih blokada gubi 111.000 radnih mesta godišnje. Usled nemogućnosti da pristupe prirodnim resursima, Palestinci su u poslednjoj deceniji pretrpeli gubitke od 36,4 milijarde dolara, što je skoro dvostruko više od njihovog BDP-a u 2022. godini.

KO KONTROLIŠE POLJOPRIVREDNO ZEMLJIŠTE U UKRAJINI?

Domaći bogataši i strani pajtaši

Najveće žrtve međunarodne igranke oko izvoza poljoprivrednih proizvoda iz Ukrajine su mali poljoprivrednici u toj zemlji. Uporedo sa ruskim ratnim razaranjima, nastavlja se krađa obradivog zemljišta u korist ukrajinskih oligarha, sa kojima su interesno veoma povezane strane kompanije i finansijske institucije, upozorava se u istraživanju američkog Instituta Okland.

Piše: Zorica Žarković

Izvoz poljoprivrednih proizvoda iz Ukrajine je tema kojom se bavi ceo svet već više od godinu dana, ali je uočljivo da u tolikom gomila-

nju informacija, u zapadnoj javnosti maltene niko ne postavlja suštinsko pitanje: ko u stvari kontroliše poljoprivredno zemljište u „žitnici Evrope“? Drugim rečima, kome ide zarada, ističu u američkom Institutu Okland iz Kalifornije, čija istraživanja su najviše usmerena na ulaganja u zemljište u državama u razvoju, posebno na slučajeve u kojima se sumnja na zloupotrebe.

Premda se američki istraživači žale da su do podataka o poslovanju najvećih poljoprivrednih proizvođača u Ukrajini jako teško došli jer se namerno prikrivaju, u svojoj studiji „Rat i krađa: preuzimanje poljoprivrednog zemljišta u Ukrajini“ objavljuju detaljne finansijske pokazatelje o udelima u vlasništvu, приходима, izvozu, finansiranju i zaduženosti vodećih poljoprivrednih kompanija u toj zemlji.

Dobijeni nalazi jasno upućuju da se koncentracija vlasnika nad obradivim zemljištem, koja se odvija još od loše privatizacije devedesetih godina prošlog veka, u poslednje vreme ubrzava pod pritiskom stranih finansijskih institucija i ulagača, koji su interesno veoma povezani sa ukrajinskim oligarsima. Analitičari ističu da se ratne okolnosti zloupotrebljava-

ju za dalje preotimanje zemljišta od malih poljoprivrednika. Tome veoma pogoduje Zakon o zemljišnoj reformi koji je usvojen 2020. godine, uprkos upozorenjima stručne javnosti i civilnog sektora u Ukrajini da je on loš, jer otvara vrata za još veću korupciju u poljoprivrednom sektoru i kontrolu moćnih interesnih grupa.

Prema podacima u studiji, od približno 33 miliona obradivog zemljišta, skoro trećinu kontrolišu ukrajinski oligarsi i velike strane kompanije, dok ostatak obrađuje oko osam miliona malih poljoprivrednika.

Zemljoposednička „elita“

Na listi deset kompanija koje upravljaju sa najviše obradivih površina, prva je firma Kernel (582.062 hektara), najveći proizvođač i izvoznik suncokretovog ulja u Ukrajini, a njen vlasnik, Andrej Verevski, je na 16. mestu najbogatijih ljudi u zemlji. Drugi najveći zemljoposjednik (403.370 hektara) je kompanija UkrLandFarming, specijalizovana za proizvodnju žitarica, jaja, mleka i mesa. Preduzeće je osnovao Oleg Bakmatjuk, koji je bio na 28. mestu najbogatijih Ukrajinaca, ali je prema sopstvenim tvrdnjama od početka

ruske invazije izgubio oko 40% svog zemljišta.

Treća je firma MHP (360.238 hektara), najveći proizvođač i izvoznik piletine, čiji vlasnik Jurij Kosjuk je deseti najbogatiji čovek u zemlji. Sledi TNA Corporate Solutions LLC (295.624 hektara), kompanija u vlasništvu američkog preduzetnika Nikolasa Pjace, koja u Ukrajini posluje preko više firmi za proizvodnju žitarica. Peta je takođe američka privatna firma NCH Capital (290.749 hektara), koja ulaže u poljoprivredu u Ukrajini u ime najvećih penzionih i univerzitetskih fondova u SAD i posluje preko kompanije AgroProsperis.

Šesto je preduzeće Astarta (264.270 hektara), najveći proizvođač šećera u zemlji, a firma je aktivna i u industrijskoj proizvodnji mleka i preradi soje. Njen osnivač Viktor Ivanšek je na 95. mestu najbogatijih Ukrajinaca. Na sedmom mestu je PIF Saudi (228.654 hektara), u vlasništvu Državnog fonda Saudijske Arabije. Fond posluje u Ukrajini preko Saudi Agriculture and Livestock Investment Company (SALIC) i njene podružnice Continental Farmers Group, koja se pored uzgoja žitarica bavi i proizvodnjom semena.

Osma je ukrajinska firma Milk Company (218.138 hektara), koja se bavi ratarstvom i mlekarsvom, dok je na devetom mestu takođe domaća kompanija Agroton Public Limited (120.000 hektara), specijalizovana za proizvodnju hrane, pića i duvana. Desetu poziciju zauzima preduzeće Nibulon (82.500 hektara), koje se pored izvoza žitarica bavi logistikom i brodogradnjom. Njen osnivač, Aleksej Vadaturski, bio je 24. najbogatiji čovek u Ukrajini, ali je sa svojom suprugom poginuo prošle godine tokom ruskog granatiranja grada Nikolajeva, u kojem se nalazilo sedište firme.

Američki istraživači ističu i veliki finansijski i industrijski holding System Capital Management (SCM), kojim upravlja najbogatiji čovek Ukrajine Rinat Ahmetov. Kompanija poseduje razne poljoprivredne

podružnice, među kojima se ističe preduzeće HarvEast, specijalizovano za proizvodnju pšenice, suncokreta, mahunarki, kukuruza i za uzgoj stoke. Firma trenutno upravlja sa 26.000 hektara zemlje, pošto je zbog ruske invazije izgubila kontrolu nad više od 100.000 hektara, a Ahmetov je podneo Evropskom sudu za ljudska prava tužbu protiv Rusije, tražeći odštetu za gubitke koje je pretrpeo.

Dužnička omča

U studiji se zaključuje da najveći zemljoposednici predstavljaju spregu ukrajinskih bogataša i stranog kapitala, uglavnom evropskog i američkog, uključujući privatni akcionarski fond sa sedištem u SAD i državni fond Saudijske Arabije. Među deset najvećih poljoprivrednih kompanija u Ukrajini, devet je registrovano u inostranstvu, uglavnom u poreskim rajevima kao što su Kipar i Luksemburg.

Ove firme imaju značajan udeo privatnih investitora, a neke od njih se kotiraju na evropskim berzama u Parizu, Londonu, Varšavi... Među njima su Kernel, MHP i Astarta, kao i Industrial Milk Company (IMC) i preduzeće AgroGeneration sa sedištem u Francuskoj, koje proizvodi žitarice i uljarice. Ulagače čine mnogi istaknuti investitori, uključujući Vanguard Group, Kopernik Global Investors, BNP Asset Management Holding, NN Investment Partners Holdings u vlasništvu investicione banke Goldman Sachs i Norges Bank Investment Management, koja upravlja norveškim državnim fondom.

Većina analiziranih kompanija je značajno zadužena kod zapadnih finansijskih institucija, a vodeći zajmodavci su Evropska banka za obnovu i razvoj (EBRD), Evropska investiciona banka (EIB) i Međunarodna finansijska korporacija (IFC) – ogranak Svetske banke za privatni sektor. Ove tri institucije su u poslednjih nekoliko godina odobrile ukupno 1,7 milijardi američkih do-

lara za samo šest najvećih poljoprivrednih kompanija u Ukrajini, a ostali veći kreditori takođe pretežno potiču iz Zapadne Evrope i SAD.

Ovolika zaduženost vodećih poljoprivrednih proizvođača daje kreditorima priličnu moć da utiču na poslovanje dužnika. To pokazuje i primer kako je restrukturiran dug kompanije UkrLandFarming, drugog najvećeg zemljoposednika u Ukrajini. Restrukturiranje je uključilo poverioce, između ostalih i uvožno-izvozne agencije iz SAD, Kanade i Danske i dovelo do značajnih organizacionih promena tokom kojih je otpušteno na hiljade radnika.

Sumorna budućnost

S druge strane, mali poljoprivrednici, koji su sada na rubu siromaštva, ne dobijaju gotovo nikakvu podršku, iako su oni ključni za sigurnost hrane u zemlji a ne najveće kompanije koje su usmerene na izvoz. Uprkos tome, ukrajinska vlada ne preduzima ništa da ih zaštiti, dok oligarsi za koje se vezuju brojne korupcionaške afere, planiraju da uz dalju podršku stranog kapitala preuzmu još poljoprivrednog zemljišta. Tako je Kernel najavio da će svoj zemljišni fond uvećati na 700.000 hektara, a MHP na 550.000 hektara.

Imajući u vidu da je prema podacima Međunarodnog monetarnog fonda (MMF) Ukrajina trenutno treći najveći dužnik u svetu i da su njeni poverioci, vlasnici obveznica i međunarodne finansijske institucije već sada uslovile posleratnu obnovu daljom privatizacijom javnog sektora i liberalizacijom poljoprivrede – zemlji preti sumorna budućnost u pogledu sigurnog snabdevanja hranom.

Ukoliko se ovakav pristup najmoćnijih aktera u svetskoj politici i finansiranju radikalno ne promeni u korist stvarnih demokratskih reformi nakon okončanja rata, zemljištem i drugim resursima će umesto Ukrajinaca upravljati domaći tajkuni i strani interesi, upozoravaju u Institutu Okland. ●

| A¹ Biznis



Ne prepustaj svoj biznis bilo kome.

Samo u A1, kompletna zaštita od cyber napada



- ✓ 24/7 podrška eksperata
- ✓ Prilagođeni set usluga

A¹ Cyber Protect

A1.rs

Važi za postpaid poslovne korisnike.

Skeniraj za više info



Razlozi zbog kojih je važno da svaka kompanija ima plan odgovora na sajber napade

Da li ste znali da je tokom 2021. godine čak 82% ransomver napada bilo usmereno ka kompanijama sa manje od 1.000 zaposlenih, a 37% napadnutih firmi imalo je ispod 100 zaposlenih? (izvor: IBM)

U današnjem digitalnom poslovnom okruženju, zaštita podataka je postala ne samo imperativ, već i ključ za dugoročni opstanak. Nezavisno od veličine, svaka kompanija mora da ulaže u očuvanje svojih podataka i sistema, kako bi sačuvala integritet i stabilnost svog poslovanja.

Sajber pretnje su poput nevidljivih neprijatelja koji konstantno vrebaju priliku da ugroze poslovanje. One se manifestuju u različitim oblicima, kao što su napadi koji mogu da parališu poslovanje ili zlonamerni softveri koji mogu da nanesu ozbiljnu štetu sistemima. Prema pojedinim podacima, SAD su doživele najveći broj sajber napada, a slede Ujedinjeno Kraljevstvo, Indija, Nemačka i Južna Koreja, pri čemu su napadima bila izložena preduzeća, kao i vladine ustanove. Ovo je dodatno naglašeno najavom američke savezne vlade u martu 2022. o očekivanom povećanju sajber napada i potrebi da privatna preduzeća ojačaju svoju odbranu.

Zaštita kompanije od sajber pretnji zahteva sveobuhvatan pristup i ključno je preduzeti nekoliko ključnih koraka:

- Ažuriranje softvera i hardvera kako bi se smanjili rizici
- Implementacija sistema autentifikacije korisnika sa jasnim pravilima za lozinke i dodatnim slojevima zaštite
- Edukacija zaposlenih je esencijalna; zaposlene treba obučiti da uoče potencijalne sajber pretnje i sumnjive situacije
- Uvođenje internih bezbednosnih protokola koji jačaju odbrambene sisteme kompanije
- Redovno pravljenje rezervnih kopija podataka je ključno za zaštitu od gubitka informacija, slično kao čuvanje sigurnosnih kopija važnih dokumenat



- Priprema plana odgovora na sajber napade, koji anticipira različite situacije i nudi mere za zaštitu poslovanja

Po uzoru na EU, Srbija će uskoro dobiti unapređeni Zakon o informacionoj bezbednosti i bolju zaštitu podataka građana i privrede. Jedna od glavnih novina je definisanje koji su operateri IKT sistema prioritetni i važni. Među prioritetnima planirano je da budu sva srednja i velika preduzeća koja posluju u oblastima od suštinskog značaja za građane i funkcionisanje države kao što su energetika, saobraćaj, bankarstvo, zdravstvo, voda i dr. Među prioritetnima su i oni koji pružaju telekomunikacione usluge i usluge

od poverenja, državni organi i operateri kritične infrastrukture.

U odgovoru na ove izazove, A1 Srbija korisnicima omogućava A1 Cyber Protect - potpuno vođen portfolio sastavljen od više sajber usluga. Usluge su ponuđene na „modularni način“ – kupci mogu ili da objedine određene usluge koje su zaista potrebne njihovom preduzeću ili da ih sve odaberu.

Svaki paket pruža pristup Security Operations Center (SOC), garantujući 24/7 nadzor i podršku. Sa ovakvim inovativnim pristupom sajber bezbednosti, A1 pruža korisnicima ne samo napredne zaštitne usluge, već i kontinuiranu podršku u detekciji i reagovanju na incidente.

PATRIOTIZAM NA RASPRODAJI

Piloti britanski, milioni kineski

Treći nastavak kultnog filma, „Top Gun“, baziraće se na neočekivanom obrtu. Maverick, nakon što je po sili zakona konačno završio karijeru kao pilot američke mornarice, kao svježi civil, kupi prnje i odlazi da trenira kineske pilote u naprednim američkim taktikama u vazдушnim okršajima. Za razliku od prva dva nastavka, treći „Top Gun“ film, očigledno, biće baziran na istinitim događajima.

Piše: Dražen Simić

Bivši američki elitni vojni pilot i instruktor, Daniel Duggan, od oktobra prošle godine sjedi u australijskom zatvoru, čekajući konačnu odluku hoće li biti izručen SAD, gdje ga čeka optužnica da je od 2009. do 2012. godine u Kini trenirao kineske vojne pilote. Bivši major američkih marinaca, nakon što se demobilisao 2002. godine, preselio se u Australiju, dobio australijsko i odrekao se američkog državljanstva, i preselio se u Kinu 2009. godine. To što je postao Australijanac ne pomaže mu puno, jer između 2009. i 2012. još uvijek je bio američki državljanin, što je američkim tužiocima bilo dovoljno.

Duggan ne poriče da je u Kini trenirao kineske pilote, ali tvrdi da su to bili civilni a ne vojni piloti. Zanimljivo je da je optužnica protiv njega podignuta još 2017. ali je bila zapečaćena do oktobra prošle godine, kada su ga namamili da se vrati u Australiju.

Ovaj slučaj sam za sebe bio bi samo kuriozitet, da samo tri sedmice prije Dugganovog hapšenja u Australiji, u septembru prošle godine,

nije izašlo na vidjelo da je tridesetak britanskih vojnih pilota, nakon napuštanja vojske, prihvatilo unosne ponude opskurne kompanije iz Južne Afrike, Test Flying Academy of South Africa, da rade kao instruktori. Naknadno se ispostavilo da su „đaci“ bili kineski vojni piloti a glavni klijent kineska armija, pri čemu su neki „časovi“ održavani u Kini.

Cijena patriotizma

Po svemu sudeći, novopečenim instruktorima, bivšim britanskim vojnim pilotima, činjenica da su im „đaci“ kineski vojni piloti nije bila iznenađenje. Ključni motiv britanskih pilota za prihvatanje „južnoafričke“ ponude za posao nije bila ni želja za letenjem, niti jačanje borbenne spremnosti „slobodnog svijeta“. Imali su 270 hiljada razloga da se previše ne zamaraju pitanjima etike i moralnosti.

S obzirom na prosječne plate britanskih vojnih pilota od sedamdesetak hiljada dolara godišnje, ponuda iz Južne Afrike od 270 hiljada dolara jednostavno je bila neodoljiva. A ka-

ko su se ugovori potpisivali na četiri godine, to je značilo da je zarada bila veća od milion dolara. Svaka čast kraljici i kralju, patriotizam je patriotizam, ali milion dolara je milion dolara.

Nisu samo bivši britanski vojni piloti sa entuzijazmom prenosili znanje na kineske vojne pilote, bile su tu i njihove kolege iz SAD, Australije, Novog Zelanda. Po svemu sudeći, čitav ovaj poslovan poduhvat i nije bio neka velika tajna, ali svi su se pravili blesavi.

U aprilu prošle godine pojavio se video snimljen mobitelom, na kome je zabilježeno kako su dva kineska pilota bila prinuđena da se katapultiraju iz aviona trenažera tokom treninga u Kini. Katapultiranje kineskih vojnih pilota iz kineskog vojnog aviona u Kini i nije neki spektakularan događaj, dešava se to u svim vojskama u svijetu. Osim što je jedan od pilota koji se katapultirao očigledno bio - Evropljanin. Šta je evropski pilot radio u avionu kineskog ratnog vazduhoplovstva, na teritoriji Kine - ne zna se.

Pet mjeseci kasnije, skandal sa demobilisanim britanskim pilotima koji treniraju Kineze, dospio je na naslovne stranice britanskih tabloida. Kako već priliči, britanska vlada je bila duboko šokirana i iznenađena, te razočarana da šačica neodgovornih pojedinaca (njih tridesetak) iz reda elitnih pilota nije odolila zovu novca od potencijalnih neprijatelja. U svoju odbranu, revoltiranoj javnosti je vlast objasnila, da tehnički, ovi piloti nisu prekršili nikakav zakon i da je sve to bilo legalno, ali da će se zakon morati promijeniti.

Do istog zaključka došla je i vlada Novog Zelanda, gdje je utvrđeno da su se barem četvorica njihovih bivših pilota upustili u treniranje kineske vojske. Vlada je potvrdila da pripadnici oružanih snaga Novog Zelanda mogu da se zaposle „gdje god žele nakon što im se završi aktivna služba“, ali „da u zavisnosti od njihovih odluka, to može imati posljedica na njihovo buduće zapošljavanje u oru-

žanim snagama Novog Zelanda“. Sa milion američkih dolara u džepu, čini se da bivši vojni piloti nisu bili previše zabrinuti hoće li im biti omogućeno da ponovo dobiju posao u bivšoj firmi.

Kinezi traže samo Anglosaksonce

S obzirom da debelo plaćaju, Kinezima nije bio zanimljiv bilo kakav pilot iz NATO-a, već isključivo oni koji su završili dodatnu školu za testne pilote u SAD ili Velikoj Britaniji.

Takva diskriminacija prema ostalim NATO pilotima, iz Rumunije, Albanije, Sjeverne Makedonije, Slovačke, Hrvatske, je nečuvana i čudno je da vlade ovih i ostalih država nisu uputile Kini žestok diplomatski protest sa pitanjem, „a što, je li to naši piloti ne valjaju?“, ili da su barem kreirali hashtag na Twitteru, pardon, X, #ijahoćumiliondolara.

I dok se bijes britanske javnosti sručio na „prodane duše“ i „izdajice“, bivši piloti smatrali su da su nepravedno optuženi, jer to što se njima stavlja na dušu ne razlikuje se ni po čemu što je sama britanska vlada radila. Ispostavilo se da su 2015. godine, u doba kada su Britanci računali da će se debelo obogatiti na poslovanju sa Kinezima, i kada su slavodobitno najavljivali „zlatno doba“ u odnosima Britanije i Kine, dva kineska oficira pohađala osnovni trening za oficire vazduhoplovstva u Velikoj Britaniji. Još je zanimljivije što je britanska vlada u septembru 2016. godine poslala dvojicu svojih aktivnih pilota u Kinu, zvanično kao instruktore za „engleski jezik za avijatičare“.

Bivši piloti, na kojima je sada zvono izdajica, pitaju se javno „a što nisu poslali učitelje engleskog, nego su se posebno tražili aktivni borbeni piloti britanskog ratnog vazduhoplovstva?“ Odgovor bi, vjerovatno bio da su se vlasti udostojile da ponude neko logično objašnjenje - „šta zna učitelj šta je avion?“.

Sve za pare, pare nizašta

Po svemu sudeći, Lenjinova tvrdnja „da će nam kapitalisti prodati uže kojim ćemo ih objesiti“ nije bila bez osnova. Sa druge strane, princip svete slobode privatnog preduzetništva, kojeg se fanatično drže sljedbenici neoliberalnog kapitalizma, valjda važi i za bivše vojne pilote. Čitava priča u stvari je klasičan primjer tržišne ekonomije, gdje su se susreli ponuda i potražnja.

Kineska potraga za mornaričkim pilotima iz NATO-a, posebno onim sa iskustvom na nosačima aviona, koje Kinezi ubrzano grade, školski je primjer povećane potražnje, koja rezultira i povećanom cijenom. Spremnost britanskih i američkih pilota da zadovolje ovu potražnju, predstavlja dokaz da ni ponude neće manjkati ukoliko je ponuđena cijena adekvatna. Ukratko, savršen dokaz za funkcionisanje tržišta. U priči o ponudi i potražnji, moral, etika ili patriotizam, se ne spominju.

Sve što je lijepo kratko traje, pa će i ova obostrano korisna trgovina, znanje za milione dolara, između demobilisanih zapadnih vojnih pilota i Kine, barem zvanično, biti okončana. Izmijenjeni zakon o nacionalnoj bezbjednosti u Velikoj Britaniji koji je stupio na snagu u julu, sada omogućava da se treniranje kineskih pilota uvrsti pod „pribavljanje ili otkrivanje zaštićenih informacija“, a sada se pod informacijom smatraju i „taktike, tehnike i procedure“, upravo „sitnice“ koji zanimaju Kineze.

Britanski primjer sa oštrijim zakonima slijediće i Australija i Novi Zeland, dok SAD uvijek u rezervi imaju gomilu opskurnih zakona na koje se mogu ali i ne moraju pozivati, u zavisnosti od situacije. To može potvrditi i Daniel Duggan, koji je za sada jedini poznati slučaj koji bi mogao završiti u zatvoru na duže vrijeme zbog praktikovanja privatne inicijative i prodaje svog vojnog znanja Kinezima. A što se Kineza tiče, sve dok su voljni da plate neće im faliti zapadnih instruktora, kakvi god zakoni da se donesu na Zapadu. ●

REMONDIS MEDISON, JEDINI PRERAĐIVAČ FARMACEUTSKOG OTPADA U SRBIJI

Kad lekovi truju, umesto da leče

Kompanija Remondis Medison iz Zrenjanina ima kapacitete da preradi 1.300 tona farmaceutskog otpada godišnje, ali ta količina ne prelazi 200 tona. Razlog je u tome što je ovo tržište i dalje nedovoljno uređeno, posebno kada je reč o procedurama predviđenim za kućne zalihe lekova kojima je istekao rok trajanja. Najveći deo takvih lekova završava na komunalnim deponijama, a odatle u zemljištu i vodi. „Te hemikalije vraćaju nam se kroz lanac ishrane. Otuda i slučajevi kontaminirane hrane, vraćanja izvoznih isporuka sa granice jer sadrže nedozvoljene količine nekih supstanci“, objašnjava Bojan Sudarev, direktor kompanije Remondis Medison za Srbiju.

Piše: Mirjana Stevanović

U Srbiji ne postoji zvaničan podatak o tome koliko se godišnje nakupi farmaceutskog otpada, a procene variraju od 1.500 do čak 2.100 tona. Samo se pretpostavlja da farmaceutska industrija generiše 500 do 600 tona, zdravstvene ustanove između 600 i 800, a stanovništvo 400 do preko 500 tona.

Kod nas je desetak firmi registrovano za prikupljanje, skladištenje, transport i izvoz farmaceutskog otpada. Međutim, samo jedna od njih, zrenjaninski Remondis Medison, inače deo istoimene multinacionalne kompanije, ima dozvole i sopstveno postrojenje za tretman lekova i preparata kojima je istekao rok trajanja. I pored toga, najveći deo farmaceutskog otpada se izvozi i usluga se plaća spalionicama u Nemačkoj,

Austriji, Francuskoj ili Poljskoj. Domaće preduzeće sa kapacitetom od 1.300 tona, obradi tek oko 200 tona godišnje.

Direktor kompanije Remondis Medison za Srbiju Bojan Sudarev kaže za B&F da je to apsurd, ali i da je posledica toga što je čitavo tržište zbrinjavanja ove vrste otpada, i pored zakona koji je donet 2016. još uvek neuređeno, posebno kada je reč o procedurama predviđenim za kućne zalihe lekova.

„Farmaceutska industrija i bolnice godišnje proizvedu određenu količinu te vrste otpada, i u tom delu propisane procedure funkcionišu. Bolnice se drže pravila o zbrinjavanju i zajedno sa ostalim medicinskim, infektivnim i organskim otpadom predaju ga operaterima, dok farmaceutska industrija, inače visoko



profitabilna. I uvoznici, sigurno ne žele da rizikuju i redovno isporučuju količine kojima je istekao rok ili su pakovanja oštećena. Te kompanije plaćaju državi i neku vrstu eko takse, namenjenu za zbrinjavanje otpada koji se proizvede. Ipak, proces nije sproveden do kraja, tu se negde stalo, jer i pored izdvojenih sredstava, troškove operatera i daljeg postupanja podnose oni koji su otpad predali“, navodi Sudarev.

Od kontejnera do pijace

Najveći problem je, ipak, otpad koji se nalazi u kućnim apotekama, jer u proseku, jedno domaćinstvo godišnje sakupi 200 do 300 grama lekova kojima je oštećeno pakovanje ili istekao rok.

„Zakon iz 2016. je odredio da lek kome je istekao rok građani mogu da predaju prvoj apoteci. One bi trebalo da to zbrinjavaju na način kojim postupaju sa sopstvenim farmaceutskim otpadom, s tom razlikom što građanina zavode kao generatora. Taj otpad moraju da sortiraju i odlože u crvene kese i crvene kante, koje jasno označavaju da je to lek sa isteklim rokom i da ga u periodu od najduže 36 meseci predaju nekoj od kompanija koje su registrovane za zbrinjavanje. Ali, kako je to značajan

Bojan Sudarev:
Država bi morala
finansijski da se uključi u
sakupljanje farmaceutskog
otpada



trošak za apoteke, malo koja će prihvatiti stare lekove. S druge strane, firme registrovane za prikupljanje farmaceutskog otpada nemaju pravni osnov za poslovanje sa privatnim licima, tako da građani praktično nemaju gde da odlože to što im se nakupilo u fiokama", objašnjava naš sagovornik i dodaje da bi država morala finansijski da se uključi u sakupljanje te kategorije otpada.

Prema njegovim rečima, najveći deo kućnog farmaceutskog otpada, čiji je obim a posebno istorijske naslage nemoguće ni ugrubo proceniti, završava u kontejnerima i potom na komunalnim deponijama, potpuno neobrađen i nezaštićen.

„Kiše i ostali vremenski uslovi utiču da se pakovanje dezintegriše, lek se rastvori, ide u zemlju, zagađuje nadzemne i podzemne vode i tada je onemogućen svaki tretman. Te hemikalije vraćaju nam se kroz lanac ishrane. Otuda i slučajevi kontaminirane hrane, vraćanje izvoznih isporuka sa granice jer sadrže nedozvoljene količine nekih supstanci. To je dokaz koliko kao građani nismo svesni da neke sekundarne stvari utiču na kvalitet hrane i vode kod nas“, konstatuje Sudarev.

On napominje da postoji i druga opasnost: „Kontejneri su neobebeženi i laka su meta nelegalnih

sakupljača, deponije takođe, pa nije retkost da se ti odbačeni lekovi nađu u nekim 'ćoškovima' gradskih pijaca ili na drugi način dođu do kupaca, obično neukih ili ugroženih ljudi. Niko ne razmišlja o tome. Koliko je nebriga rasprostranjena govori i jedan slučaj za koji sam nedavno saznao, da jedan od operatera, koji je greškom dobio dozvolu za to, kompostira farmaceutski otpad bez prethodnog tretmana. Jednostavno ga meša sa zemljom i vraća u lanac ishrane. To je mimo svih standarda i zakona u Evropi. To je ozbiljno, alarmantno ugrožavanje životne sredine. Mi smo kao privatna kompanija ukazali na to, ali nismo ovlašćeni da drugačije reagujemo. A zakon jasno definiše da se farmaceutski otpad, bio opasan ili neopasan, zbrinjava kao opasan“.

Različiti modeli, ali ništa bez države

Sudarev naglašava da je Remondis u Srbiji potpuno opremljen kapacitetom, tehnički i tehnološki, da preuzme i zbrine na najbezbedniji i najbolji način sve količine farmaceutskog otpada, onako kako kompanija sa svojih 800 postrojenja i pet spalionica radi u 38 zemalja Evrope i sveta. Kaže da su modeli sakupljanja različiti, ali je najčešće država uključena u to, bilo direktno ili kroz refundaciju troškova ukoliko je proces prenet na lokalne vlasti.

„U Nemačkoj, na primer, država nadoknađuje troškove gradovima i opštinama, a one raspisuju godišnji tender i biraju firmu koja ima mogućnosti da preuzme taj otpad. Onda se objavi lokacija, datum i vreme kada građani to mogu da predaju firmi opremljenoj specijalnim kamionima. Sličan model je i u Bugarskoj i Rumuniji, Hrvatska tu vrstu otpada prikuplja preko reciklažnih dvorišta, dok je u BiH, kao kod nas, uspostavljen sistem koji uključuje apoteke. I to bi takođe moglo dobro da funkcionise, ukoliko bi država preuzela troškove“, ocenjuje Sudarev.

Zakon je, kaže, donet, samo ga treba primeniti na način kako se to radi sa reciklerima elektronike i otpadnih guma. Njima se finansira zbrinjavanje, dobijaju više milijardi dinara godišnje. Svaka tri meseca stiže im novac za količine koje su tretirali, iako u poređenju sa farmaceutskim otpadom, ta kategorija manje zagađuje sredinu, sporije se razlaže i vidljiva je. Pri tom, tog otpada ima u hiljadama tona, dok bi državu neuporedivo manje koštalo da izdvoji za prikupljanje, izvoz ili tretman lekova sa isteklim rokom, koji su znatno veći rizik za životnu sredinu jer kada uđu u tlo ili vode, šteta je nepopravljiva.

Taj nejednaki položaj u procesu zbrinjavanja jedan je od razloga zašto se više kompanija ne bavi tretiranjem farmaceutskog otpada, tvrdi naš sagovornik. Ali, nije jedini.

„Zakon u Srbiji zabranjuje uvoz ove vrste otpada, mi možemo da zbrinjavamo i tretiramo samo to što nastaje u našoj zemlji, pa je veličina tržišta ograničavajući faktor. Takođe, finansijski smo sada u nepovoljnijoj poziciji i u nekim slučajevima nam je isplativije da otpad izvezemo, nego da ga mi tretiramo. Zakon nije na našoj strani, bez obzira na to što smo investirali, zaposlili radnike, što smo na tržištu. Nemamo nikakve prednosti u odnosu na nekoga ko je iznajmio skladište, nije ništa uložio, uzima lekove i izvozi ih preko, pa bude jeftiniji od nas. Ipak, neki od operatera rade i kod nas konačan tretman, iako to ponekad nije najjeftinija opcija. Više elemenata utiče na cenu, ali najviše energenti koji su poslednjih godina jako nestabilni. Nafta je kod nas trenutno najskuplja u regionu, pa mi upravo razmatramo mogućnost da postrojenja prebacimo na gas“, najavljuje Sudarev.

Naš sagovornik dodaje da taj deo poslovanja ne učestvuje u dobiti koju firma ostvaruje. No, uprkos neisplativosti, na investiciju vrednu više od tri miliona evra odlučili su se pre tri godine, kako bi proširili usluge u zbrinjavanju infektivnog medicinskog otpada iz bolnica, što im je primarni posao. ●



TRŽIŠTE ŠKOLSKOG NAMEŠTAJA I OPREME

Sedi, jedan!

Klupe, stolice, ormari i druge neophodne stvari u našim obrazovnim ustanovama stare su i po tri decenije, pa bi se očekivalo da proizvođačima školskog nameštaja i opreme posao odlično ide. Ali naši sagovornici kažu da još od početka korone pada broj i vrednost javnih nabavki za ovu vrstu proizvoda, a da se neki od planiranih tendera nisu ni realizovali. Izvoz na tržišta u regionu samo donekle može da poboljša prihode, jer ni u susednim zemljama situacija nije mnogo bolja.

Piše: Vesna Lapčić

Jovan Panajotović je nekada radio u preduzeću „Naša škola“, poznatom u staroj Jugoslaviji isključivo po proizvodnji nameštaja i opreme za škole. Kad su krenuli problemi i počela kriza 1992. godine, Jovan se ohrabrio da osnuje svoje preduzeće „Tehno-ekonomik“ sa istom delatnošću. Danas je to porodična firma koja zapošljava sedmoro ljudi, među kojima je i njegov sin Marko Panajotović.

„Prošli smo trnovit put, počeli smo kao mala kućna proizvodnja. Danas imamo halu u Obrenovcu u kojoj radimo sa svojim zaposlenima. Proizvodimo isključivo nameštaj za škole i fakultete, među kojima najviše školske stolice, klupe, katedre, nastavničke stolice, ormare, table“, priča Panajotović za B&F.

Oko 15 odsto asortimana izvoze u susedne zemlje, Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku.

Situacija očajna

Na osnovu stanja i starosti nameštaja i opreme u školama po Srbiji, reklo bi se da firmama u ovoj oblasti cvetaju ruže. Kako kažu sagovornici B&F-a, nameštaj je star i po tri decenije, a retko kada se radi kompletno znavljanje, osim kada se izgradi nova škola, što se ne dešava često. Uglavnom se radi samo delimično opremanje. Nije ni čudo, jer se ni ozbiljnije građevinske rekonstrukcije, čak ni tamo gde je urgentno, ne sprovode.

Tako je nedavno osvanula vest u medijima da se u jednoj školi u centru Beograda urušio plafon, pa deca ne koriste određene učionice, već nastavu pohađaju u podrumu. Prošle godine je pao plafon u kabinetu za tehničko obrazovanje u osnovnoj školi u Umki. A dve godine pre toga, obrušio se deo plafona učionice isturenog odeljenja osnovne škole „Stojan Novaković“ u naselju Više Selo, u opštini Blace. O stanju toaleta nećemo u ovom članku, jer je to priča za sebe.

Verovatno bismo mogli da pronađemo još sličnih primera koji oslikavaju stanje infrastrukture u domaćim



Foto: Ivan Aleksić, Unsplash

„Problem na tržištu je i što se ne kontroliše kvalitet. Za školski nameštaj postoje tačno utvrđene mere i standardi. Naši proizvodi su ispitani u referentnoj laboratoriji na Šumarskom fakultetu. A danas se kupuje sve i svašta“, tvrdi Marko Panajotović i dodaje da je konkurencija prilično jaka, pa moraju stalno da se usavršavaju i prate tržište da bi opstali.

Kad inflacija „pojede“ zaradu

Duško Radivojević, direktor preduzeća „Interglobus“, koje se proizvodnjom školskog nameštaja i opreme bavi od 1998. godine, potvrđuje za B&F da se tržište dosta promenilo od početka pandemije. Obim posla je opao, a s druge strane cene repromaterijala su drastično porasle. To im je, kako kaže, napravilo velike probleme kod već ugovorenih poslova, jer je reč uglavnom o javnim nabavkama, gde su cene unapred definisane ugovorom.

„Još uvek se oporavljamo od toga, iako se tržište u pogledu cena sirovina smirilo, ali imali smo prilične gubitke, a ugovore smo morali da ispoštujemo“, žali se Radivojević. Prema njegovom iskustvu, najave u medijima da će biti dobre volje da se ugovori aneksiraju upravo zbog inflacije, nisu ostvarene.

„Obim posla u Srbiji je i dalje smanjen. Naša sreća je što smo razvili tržište u regionu i Evropi, pa tako najveći deo proizvodnje izvozimo u Crnu Goru, Bosnu i Hercegovinu, Hrvatsku, Holandiju i druge zemlje. U tim poslovima smo uglavnom podizvođači“, napominje naš sagovornik.

„Interglobus“ je opremio nekoliko stotina škola u zemlji i inostranstvu, a osim nameštaja i opreme za škole, asortiman dopunjuje i kancelarijskim nameštajem, opremom za amfiteatre i bioskope. Ipak, školski nameštaj čini najveći deo proizvodnje smeštene nadomak Čačka, u kojoj je zaposleno 20 radnika.

U javnom sektoru niko ništa ne kupuje

Pored proizvođača, na tržištu školskog nameštaja i opreme deo kolača imaju i trgovci. „Najveći deo poslova ipak 'uzimaju' proizvođači, ali i mi trgovci konkurišemo na javnim konkursima koje raspisuju državne i privatne škole. Trenutno, niko ništa ne kupuje kada je reč o javnom sektoru. Radimo dosta za privatne škole, i manje javne nabavke koje idu mimo tendera, imamo neke poslove ugovorene, te se na taj način snalazimo“, kaže za B&F Milka Đukić, direktorka firme „Asprit“.

Njena firma, pored standardnog nameštaja, škole snabdeva i opremom poput mikroskopa i druge opreme za laboratoriju, hemikalijama, sportskim spravama i rekvizitima, raznim učilima i projektorima... Radili su sa dosta medicinskih škola, a svoju prednost na tržištu vide upravo u iskvustvu pri formiranju cene i bogatom asortimanu, zbog čega, kako kaže Đukić, uspevaju da ugovore poslove.

Rak rana radnici

Osim krize koja se vrlo direktno oseća u poslovanju, naši sagovornici kao veliki problem ističu i nedostatak radnika. „Neke kolege su već počele da uvoze radnike, a isto razmišljamo i mi da učinimo. Ove godine smo nekoliko puta povećavali plate, ali velika je tražnja za radnicima i ljudi menjaju posao u kratkom vremenskom periodu“, kaže Radivojević.

Marko Panajotović potvrđuje da je deficit radne snage sve prisutniji na tržištu, ali dodaje da se oni trude da omoguće dobre uslove rada i platu, pa tako imaju kolege sa kojima rade 20 godina. Zajedno sa njima u proizvodnji je i dalje osnivač firme Jovan, dok Marko obavlja i poslove marketinga, razvoza.

A kakva će biti naredna godina? Naši sagovornici se slažu da je u ovako nestabilnoj globalnoj situaciji teško bilo šta predvideti, pogotovo u njihovom poslu koji prevashodno zavisi od toga koliko će biti javnih nabavki u obrazovnim ustanovama u Srbiji i u zemljama u koje izvoze. ●

obrazovnim institucijama. I sad, zašto bi u situaciji kada plafoni padaju, a deca koriste čučavce neko menjao stolice ukoliko se ne klimaju?!

Od početak korone 2020. godine, situacija na tržištu nameštaja i opreme za škole je prema rečima Marka Panajotovića – očajna. „U Beogradu i Novom Sadu se ulaže malo više, a u unutrašnjosti jako malo. Po mojoj slobodnoj proceni, ulaže se 10 posto onoga što bi trebalo. Samo u ovoj godini polovina javnih nabavki koje su bile u planu nisu ni realizovane, a većinu naših poslova obezbeđujemo upravo na taj način i redovno pratimo konkurse. U poslednje vreme ne samo što se smanjuje njihov broj, već su i količine novca koje se izdvajaju na raspisanim tenderima manje“, komentariše Panajotović.

Naš sagovornik napominje da situacija nije mnogo bolja ni u regionu. Jedini pomak je to što se u većim gradovima otvara dosta privatnih škola, u Beogradu je vidljiva i ekspanzija privatnih vrtića i dnevnih boravaka, za koje takođe prave nameštaj. Njihove proizvode kupuju i neki mali trgovci, koji dalje plasiraju robu.

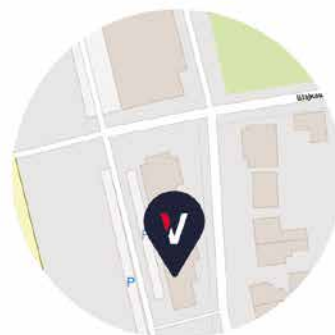
NAŠE LOKACIJE



Dom zdravlja "Vizim" - Centar
Knez Miletića 36 11000 Beograd



Dom zdravlja "Vizim" - Novi Beograd
Omladinskih brigada 88b
Kula 1500 Tulip 11070 Novi Beograd



Dom zdravlja "Vizim" - Novi Sad
Šajkaška 37 21000 Novi Sad

PREMIUM CARE. PERSONAL TOUCH.

VIZIM.RS CALL CENTER: 011 785 7777 / 021 210 2777

NE ODLAŽITE BRIGU O SVOM ZDRAVLJU!

Odaberite paket prema Vašim potrebama,

SISTEMATSKI PREGLEDI "DREN"

DREN MINI	muškarci	žene
Internistički pregled sa EKG-om i završnim mišljenjem	✓	✓
Ultrazvuk abdomena i male karlice	✓	✓
Kompletna laboratorijska analiza krvi i urina*	✓	✓
	4.490 din	4.490 din

DREN MIDI	muškarci	žene
Internistički pregled sa EKG-om i završnim mišljenjem	✓	✓
Ultrazvuk abdomena i male karlice	✓	✓
Kompletna laboratorijska analiza krvi i urina*	✓	✓
Urološki pregled	✓	
Ultrazvuk prostate	✓	
Ginekološki pregled (Papa test, VS, kolposkopija)		✓
Ultrazvučni pregled dojki		✓
	7.490 din	7.490 din

DREN MAXI	muškarci	žene
Internistički pregled sa EKG-om i završnim mišljenjem	✓	✓
Ultrazvuk abdomena i male karlice	✓	✓
Kompletna laboratorijska analiza krvi i urina*	✓	✓
Urološki pregled	✓	
Ultrazvuk prostate	✓	
Ginekološki pregled (Papa test, VS, kolposkopija)		✓
Ultrazvuk dojki		✓
Ultrazvuk štitne žlezde	✓	✓
Oftalmološki pregled	✓	✓
Pregled specijaliste po izboru (ORL, dermatolog, fizijatar)	✓	✓
Dodatne laboratorijske analize - PSA	✓	
Dodatne laboratorijske analize - FT4 i TSH		✓
	13.490 din	13.490 din

*Kompletne laboratorijske analize krvi i urina obuhvataju:
 KOMPLETNA KRVNA SLJKA: leukociti, eritrociti, hemoglobin, hematokrit, trombociti, MCV, MCH, MCHC, limfociti, monociti, granulociti, sedimentacija;
 BIOHEMIJA: glukoza, urea, kreatinin, ukupni bilirubin, AST, ALT, Gama GT, holesterol, HDL, LDL, trigliceridi;
 URIN: reakcija, spec. cna težina, proteini, glukoza, hemoglobin, ketonska tela, urobilinogen, bilirubin, nitriti, eritrociti, leukociti, bakterije, cilindri, epitelne ćelije, kristali, ostalo.

Kako je jedna domaća kompanija primenom ESG kriterijuma osvojila svetsko tržište

Održivo poslovanje i svest o društvenim i ekološkim pitanjima, postali su principi kojima se vode sve velike kompanije. Istovremeno, i mala i srednja preduzeća (MSP) sve više razumeju važnost ovih pitanja, kao i koristi koje primena ESG (*Environmental, Social, and Governance*) kriterijuma može da im donese. Jedna od takvih kompanije je i **porodična firma za proizvodnju ambalaže iz Valjeva, Bosis**, koja je **svrstana u top 1% kompanija u svetu koje su uzor za održivo poslovanje**. U razgovoru sa Marijom Pantelić, direktorkom održivosti u kompaniji *Bosis*, istražujemo kako su savladali izazove primene ESG kriterijuma i time unapredili svoju reputaciju kod investitora.

Kako ste se nosili s izazovima i troškovima implementacije ESG politike?

Izazov je bio pratiti tržište, trendove i upravljati rizicima. Mi smo godinama radili na više frontova: **povećanje energetske efikasnosti, digitalna transformacija, prelazak sa preduzetničkog na korporativni model organizovanja i upravljanja, uvođenje cirkularnog modela poslovanja** - samo su neke od aktivnosti koje smo sproveli pre nego što je priča o ESG-u postala aktuelna kod nas. Kada je reč o troškovima, sve košta, ali uvek smo gledali dugoročno i svaka investicija u transformaciju poslovanja, a pogotovu ove koje se odnose na ESG, višestruko se vraćaju.

Kako ste aktivno uključili zaposlene i lokalnu zajednicu u proces implementacije ESG kriterijuma?

Uspeh kompanije zavisi od svakog pojedinca. Mi to u praksi kažemo kroz „*IMT – Ima li mene tu?*“, gde svako treba da vidi korist od svega što radimo i da ima odgovornost za sve što radimo. Osnovni deo poslovanja nam je i dalje proizvodnja održive ambalaže, dok je jedan veliki deo usmeren na poslovanje sa svrhom koje sprovodimo kroz različite programe: *Bosis ART, Bosis Eko, Bosis Znanje i Bosis Family i Bosisići – sve aktivnosti podrške našim zaposlenima, njihovim porodicama i deci*. Za nas je najvažnija priča o održivosti, kao i sama „ambalaža sa dušom“ koja je namenjena prvenstveno *Bosisićima*, i budućim generacijama koje ostaju iza nas.

Koje ekonomske i društvene koristi je preduzeće ostvarilo zahvaljujući primeni ESG kriterijuma?

Bosis je pionir u oblasti društveno odgovornog i održivog poslovanja u Srbiji, i primer dobre prakse za druga MSP. Zahvaljujući održivom poslovanju, važno za poželjnog i odgovornog poslodavca i istog takvog partnera za naše klijente. **Odgovorni smo u celom lancu dobavljača, a to pokazuje i EcoVadis platinum priznanje, po kom smo svrstani među top 1% kompanija u svetu u svim kategorijama koje zadovoljavaju visoke zahteve društvene odgovornosti**. Primena ESG kriterijuma takođe otvara nove poslovne mogućnosti, jer mnogi investitori i banke ocenjuju preduzeća upravo po tome.



Marija Pantelić

Foto: Danijel Rakić – Propulsion

Koji savet biste dali MSP koja žele da primene ESG kriterijume i koji su ključni koraci za uspeh u ovom domenu?

Koraci su vrlo jednostavni, krenite od G - od vrha, od odgovornog upravljanja i strateškog opredeljenja. Pored toga, izuzetno je važna briga o zaposlenima, ulaganje u zaposlene, njihov razvoj i njihove porodice, jer samo tako možete imati ljude koji će biti spremni da igraju za vaš tim. Budućnost firme je bolja budućnost ljudi koji u njoj rade i njihovih porodica, a to osnažuje lokalnu zajednicu i celo društvo. Primenom ESG kriterijuma pravimo razliku prvo u svom mikro okruženju, i korak po korak radimo na tome da budemo bolji. ESG nije rezervisan samo za velike korporacije, već mora biti neizostavni deo poslovanja svih MSP.

Kako bi podržao mala i srednja preduzeća u Srbiji da unaprede poslovanje, Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) je organizovao obuke „ESG Practitioner“ u partnerstvu sa Razvojnog agencijom Srbije i Smart kolektivom. Ove obuke se održavaju u okviru projekta „Promocija održivih investicija“, koji UNDP sprovodi u partnerstvu sa Vladom Republike Srbije, i uz podršku Fonda Ujedinjenih nacija za mir i razvoj i Odeljenja Ujedinjenih nacija za ekonomska i socijalna pitanja.

„APICENTAR“, PREDUZEĆE ZA SELEKCIJU I REPRODUKCIJU PČELINJIH MATICA

Uspešni pčelari koji ne proizvode med

Preduzeće „Apicentar“ selektuje i reprodukuje matice koje će iznedriti nove generacije pčela, sposobnih da daju u proseku za 25 do 30 odsto veće prinose nego neselekcionisane pčele. Zahvaljujući tom kvalitetu, ova beogradska firma ima dugogodišnje kupce i u inostranstvu, od kojih neki tvrde da su njene pčelinje matice bolje od onih iz SAD i Australije. Vlasnik preduzeća Jovan Kulinčević, koji je doktorirao genetiku pčela, jedno vreme je boravio i u Americi, ali mu se tamošnji pristup pčelarstvu – da je zarada važnija od dobrobiti pčela – nije dopao.

Piše: Marija Dukić

Jovan Kulinčević svaki dan započinje obilaženjem svojih pčelinjaka, ali ovaj vitalni devedesetpetogodišnjak ne proizvodi med. Njegovo preduzeće „Apicentar“ na svojim policama nema nijednu

teglu meda, već se bavi selekcijom i reprodukcijom pčelinjih matica.

Ali zašto baš matice? Svako pčelinje društvo ima jednu maticu, čiji zadatak nije samo da iznedri nove generacije pčela, nego i da održava društvo na okupu. U prirodi se matice pare sa više trutova, a zatim polažu jaja iz kojih se izvode pčele radilice, trutovi i matice od kojih kasnije nastaju nova društva.

Međutim, među ovako nastalim maticama ima i onih koje nisu sposobne da zadovolje potrebe pčelara i donesu željene prinose. Imajući u vidu da pčelarenje zahteva velika ulaganja u proizvodnju, pčelari često žele da smanje ovakve poslovne rizike, te koriste usluge selekcionara pčelinjih matica, objašnjava Kulinčević u razgovoru za B&F.

Zarada ne može biti važnija od dobrobiti pčela

Kulinčević je zbog ljubavi prema pčelama, koju je nasledio od oca, završio Poljoprivredni fakultet u Beogradu i potom doktorirao genetiku pčela u Bonu. Tokom svoje karijere, predavao je na beogradskom Prirodno-matematičkom fakultetu, a zatim i na Državnom univerzitetu u Ohaju. Američki pristup pčelarstvu mu se nije dopao, jer kako kaže, „tamo je to industrija, kojoj je prioritet zarada a ne dobrobit pčela, pa se one svake sezone zamenjuju i kupuju se nove, mlađe i produktivnije“.

Uveren da se u ovoj delatnosti može uspešno poslovati i sa humanijim odnosom prema pčelama, po povratku u Jugoslaviju osamdesetih godina prošlog veka osnovao

je preduzeće za selekciju i reprodukciju pčelinjih matica zajedno sa Institutom „Agroekonomik“. Kada je ovaj institut propao usled loše privatizacije, otkupio je drugu polovinu preduzeća i tako je 1995. zvanično nastao „Apicentar“, čiji je Kulinčević sada stopostotni vlasnik.

Preduzeće je od samog početka radilo po principima selekcije otvorenog tipa, u kojoj je deo proizvodnje matice prepuštan prirodi, a deo pomažu i nadziru naučnici. Kulinčević se trudio da posebnom selekcijom kreira onakve pčele kakve su potrebne privredi. To podrazumeva i da se izbegava ukrštanje pčela u bliskom krvnom srodstvu. Zato je „Apicentar“ uspostavio saradnju sa tri kooperanta za proizvodnju matice lociranih u Vojvodini, Centralnoj i Istočnoj Srbiji, koji su dovoljno udaljeni jedni od drugih da bi se izbeglo mešanje istog genetskog materijala.

Kako se vrši izbor majki matice?

Glavni pčelinjaci i selekcioneri centar ovog preduzeća nalaze se u blizini Beograda, u kojima se tri osobe staraju o 300 pčelinjih društava i nekoliko stotina oplodnjaka. „U selekcionom pčelinjaku se odgajaju majke. Tu pratimo ponašanje odabranih majki matice. Kada na osnovu dvogodišnjih statističkih analiza utvrdimo koje od njih poseduju osobine neophodne pčelarima - a to su visoka medna produktivnost, miroljubivost i otpornost na učestale pčelinje bolesti - svakome od kooperanata šaljemo po jednu majku, od kojih oni zatim proizvode nove matice. Potom nam vraćaju oplodjene matice i mi ih ustupamo pčelarima“, objašnjava Kulinčević.

Gaje samo Kranjsku rasu, jer je jedino njen uzgoj dozvoljen zakonom. Sa njom se, u poređenju s drugim rasama, relativno lako radi jer uz malo dima nije sklona ubadanju. Ona dobro podnosi kontinentalnu klimu, uspešno prezimljava uz skromnu potrošnju hrane, a kada

Jovan Kulinčević:
Ovo što mi radimo
je nauka i teško se
takvi rezultati mogu
dobiti slučajnim
odabiranjem



sve procveta postaje veoma produktivna. Jedna od njenih većih mana je što je sklona rojenju.

Međutim, vlasnik i glavni genetičar „Apicentra“ je radio na suzbijanju ovakvog ponašanja, pa se potomci njegovih matice uglavnom ne roje. Takođe, uspeo je da proizvede i dugovečnije pčele od onih koje se proizvode u SAD, uveren da su one „pre svega živa bića, a ne sredstvo za ubiranje zarade“.

Izbegavati neregistrovane proizvođače

Na pitanje zašto pčelari sami ne proizvode matice kada već poseduju biološki materijal, Kulinčević odgovara da neki od njih to i čine, a pojedini ih čak prodaju „na crno“, ali da njihovi rezultati nisu uvek zadovoljavajući. „Te pčele često nisu dovoljno otporne na bolesti i nemaju velike prinose. Takođe, povremeno se dešava da njihova naredna legla imaju određene genetske anomalije. Zato treba biti oprezan prilikom nabavke pčela od neregistrovanih proizvođača“, upozorava naš sagovornik, „jer ovo što mi radimo je nauka, i teško se takvi rezultati mogu dobiti slučajnim odabiranjem“. To dokazuju i

podaci da pčele iz „Apicentra“ imaju veći prinos meda u proseku između 25 i 30 odsto u odnosu na neselekcionisane, pošto je i produktivnost nasledna osobina.

Ovakvi rezultati su proizvod više-decenijskog vrednog rada i finansijskih ulaganja, jer onaj ko želi da se bavi proizvodnjom matice mora imati osnovni kapital u vidu pčela, košnica i druge opreme. Kulinčević dodaje da su, pored toga, da bi se odgajila kvalitetna majka matice potrebni veliko znanje, iskustvo, posvećenost, sistematski kontrolni pregledi i stalno prisustvo.

I pčele putuju avionom

Navedene aktivnosti nisu mali posao, imajući u vidu da se tokom sezone na odgajivačkim pčelinjacima i sparivalištima „Apicentra“ i kooperanata proizvede nekoliko hiljada sparnih matice. Ove matice završavaju uglavnom kod domaćih kupaca, a jedan deo njih i u inostranstvu, najčešće na Bliskom Istoku. Do nedavno su njihove pčele kupovali i ruski pčelari, ali je ova saradnja prekinuta zbog problema u kojima su se našli ruski uvoznici usled nestabilnog kursa rublje i uvoznih ograničenja.

Međutim, kupaca ne nedostaje, uprkos prekidu izvoza na rusko tržište i odluci našeg sagovornika da ne ulaže u marketing, „jer se u pčelarstvu zna ko kako radi, tako da se kupci sami javljaju“.

„Apicentar“ godišnje obezbeđuje matice za oko 800 pčelara. Ove godine su prodali nešto manje matice, pre svega zbog lošije sezone i nezavidne situacije u kojoj se nalazi pčelarstvo u Srbiji, usled niskih subvencija za selekzione centre koje se nisu menjale godinama i nelojalne konkurencije na tržištu meda. „Ipak, imamo dovoljno kupaca da bismo poslovali održivo“, ističe Kulinčević.

To znači da je „Apicentar“ svoje kupce snabdeo sa dovoljno kaveza u kojima su se nalazile oplodene matice za proizvodnju nove generacije pčela. U svakom od tih kaveza nalaze se po jedna matica, hrana u vidu šećernog testa, i još nekoliko pčela pratilja koje će tokom puta hraniti maticu. Kada su ovako upakovane, one mogu da izdrže i dve-tri nedelje u transportu.

Ovaj podatak potvrdio nam je i jedan jordanski pčelar koji redovno otkupljuje matice od „Apicentra“. One do njega stignu brzo, za 24 do 48 sati avionom, ali pošto ih ponekad transportuje dalje, veoma mu je važno da mogu duže da opstanu u kavezima.

„Srpske pčele su izuzetno kvalitetne, a posebno one iz 'Apicentra'. Ja ih kupujem već 30 godina, i za sebe i za distribuciju po Bliskom Istoku. Ako ih 'Apicentar' nema dovoljno, prvo ih uzmem za sebe, pa tek ono što preostane prodajem u Libanu, Siriji, Iraku... Ovo radim zato što su se pokazale bolje od pčela iz drugih zemalja iz kojih uvozim, a to su SAD i Australija“, kaže za B&F Muhammad Eid Rousan. Kao najveći kvalitet srpskih matice ističe miroljubivost i prinose koje one daju, a njihov med je, tvrdi, najlepší na svetu zahvaljujući posebnoj paši za pčele specifičnoj za vegetaciju doline reke Jordan, koju čine limuni, pomorandže i lokalno endemsko bilje. ●

PRIVREDNICI O REBALANSU REPUBLIČKOG BUDŽETA

Ubi nas podrška države

Ministar finansija Siniša Mali je rebalans republičkog budžeta obrazložio kao „nastavak politike daljeg ekonomskog osnaživanja zemlje, podrške građanima i privredi“. Privrednici tu „podršku“ vide kao rasplamsavanje troškova i poslovanje na ivici „žileta“, a ne isključuju ni gašenje firmi jer su, kako tvrde, već „preoporezovani“ fiskalnim i parafiskalnim nametima.

Piše. Marica Vuković

Privrednike Srbije iznenadio je predlog Vlade da već od 1. oktobra za 8% budu uvećani specifični iznosi akcize, što će im biti još jedan u nizu troškova u vreme otežanih uslova poslovanja, kako bi se obezbedili dodatni prihodi ovogodišnjeg budžeta. Predlog rebalansa budžeta za 2023. godinu i Predlog izmena Zakona o akcizama Vlada je usvojila istovremeno 3. septembra, a Skupština je, dva dana

kasnije, usvojila oba predloga zakona, bez rasprave.

Zakon o rebalansu budžeta predviđa brojne rashode. Od 1. septembra povećavaju se plate 5,5% za zaposlene u prosveti, negovateljice u ustanovama socijalne zaštite, medicinske sestre i tehničare. Biće povećane i penzije, takođe za 5,5%, a za roditelje dece do 16 godina obezbeđena je pomoć od po 10.000 dinara.

U rebalansu budžeta uračunato je i dodatnih 23 milijarde dinara za kapitalne investicije, 34 milijarde dinara namenjeno je uvećanju subvencija u poljoprivredi, a više novca, 3,9 milijardi dinara, izdvojeno je i za retke bolesti i lečenje u inostranstvu.

Iako je prihod budžeta bio veći 60 milijardi od planiranog, u državnoj kasi očigledno nije bilo dovoljno para za iznenadno povećanje svih tih rashoda. Stoga je bio neophodan novi izvor prihoda, a izbor je pao na uvećanje akcize na naftne derivate, duvanske prerađevine, alkoholna pića, kafu i tečnosti za punjenje elektronskih cigareta.

Od povećanja akciza, pre svega, na derivate nafte i cigarete očekuje se prihod od oko četiri milijarde dinara, samo do kraja 2023. godine.

Ministar finansija Siniša Mali je rebalans obrazložio kao „nastavak politike daljeg ekonomskog osnaživanja zemlje, podrške građanima i privredi“. Privrednici tu „podršku“ vide kao rasplamsavanje troškova i poslovanje

na ivici „žileta“, a nisu isključili ni gašenje firmi jer su, kako tvrde, već „preoporezovani“ fiskalnim i parafiskalnim nametima.

Vlasnici kamiona već kukaju

Vlasnik kompanije Point Group Int Zoran Drakulić izračunao je da će povećanje akciza dvostruko loše uticati na privredu, direktno i indirektno. „Izračunali smo da će našu kompaniju povećanje akciza za 8% na gorivo godišnje koštati 12.000 evra, bez dodatnih troškova zbog stravičnog rasta cena goriva koje je, osim u Grčkoj, jeftinije u svim zemljama iz okruženja“, kaže Drakulić za B&F.

Posredan negativan uticaj na poslovanje biće, kako je ocenio, skuplje usluge prevoza robe. „U moju kompaniju godišnje uđe i izađe 15.000 kamiona i vlasnici već kukaju i traže povećanje cene transporta. Pokušaćemo da to odložimo koliko je maksimalno moguće“, izjavljuje Drakulić.

Okvirno, taj trošak bi godišnje, prema njegovim rečima, mogao da iznosi 200.000 evra, ali to nije sve jer je najavljeno poskupljenje električne energije, iako je cena u poslednjih 20 meseci tri puta povećavana. Drakulić navodi da megavatsat plaća 138,80 evra, a ako se cena struje podigne za još 10% megavat će koštati skoro 150 evra, bez poreza na dodatu vrednost, što je cena na „evropskom nivou“.





Foto: WernerB, Pixabay

Zašto privreda skupo plaća i prljavu energiju?

Druga nelogičnost sa cenom električne energije je da će biti izjednačena cene struje, dobijene iz prljavih, fosilnih goriva i iz obnovljivih izvora po fid-in tarifi, koju Point Group Int naplaćuje po 150,05 evra po megavatu. To, prema Drakuliće-
vim rečima, nije normalno.

„Razumem da privreda plaća skupo zelenu energiju, ali ne razumem da toliko skupo plaćamo prljavu energiju zbog koje će se plaćati taksa zbog emitovanja ugljen-dioksida. Neka ministarka rudarstva i energetike objavi cenu struje, ja tvrdim da proizvedena iz uglja i hidrocentrale Đerdap ne može da košta više od 35 evra po megavatu. Neka kažu koliki je profit Elektroprivrede Srbije za poslednjih šest meseci“, poručuje Drakulić.

Naš sagovornik ističe da privreda u takvim uslovima teško posluje i da ukoliko marža nije bar 20%, „stvar je propala“. Drakulić navodi da njegova kompanija posluje sa profitom ispod 10%, cena peleta je u odnosu na prošlu godinu pala sa 290 evra po toni na 225 evra, odnosno 20%, a izgubljen je i deo inostranog tržišta zbog toga što je država prošle godine zabranila izvoz. Point Group Int je izvezio 15% peleta, a sada samo tri-četiri odsto, jer su ta tržišta našla nove dobavljače.

Osim toga, dodaje Drakulić, dosta peleta je sa falsifikovanom dokumentacijom, ta roba dolazi iz Belorusije i Rusije preko Turske sa turskom dokumentacijom, pa je velik pritisak crnog tržišta na legalno poslovanje. „Srbijašume nam ne isporučuju ugovorenu količinu drvene mase, pa radimo sa kapacitetom od 65%, a tada su troškovi veći. Sa svim tim problemima mogli smo da preživimo, ali sada se na to nadovezuju dodatni troškovi, povećane akcize, troškovi prevoza, poskupljenje naftnih derivata, struje. Sve će to uticati na cene naših proizvoda i pitanje je ko će od firmi preživeti, verovatno neke neće“, predviđa Drakulić.

Postajemo socijalna ustanova

Vlasnik špediterske firme Union šped Vladan Stojković kaže za B&F da će od povećanja akcize, što je ipak predvidiv trošak za poslovanje, veći udarac na finansije biti povećanje zarada. Iako njegovo preduzeće tri puta godišnje povećava plate, Stojković se žali da i pored toga ne može da zadrži radnike, a troškovi poslovanja su iz meseca u mesec sve veći.

„Povećanje akciza, koje nisu usklađivane prošle godine, realno nije veliki trošak, nerealne su cene rada. Narod sluša da prosečne plate rastu na 300 evra, 600 evra, 800 evra, 1.000 evra ... i traži tolike pare“, priča Stojković za B&F. Prema njegovom mišljenju, nedostatak radne snage i nepredvidivost cene rada su najveći problem koji će se prevaliti na cenu robe ili usluge, što će „nekima biti skupo“.

Prosečna zarada u Union špedu je oko 80.000 dinara, ali i pored toga nedostaju radnici svih zanimanja, menadžeri, operativci, radnici u skladištima... „Ovih dana je došao radnik, hoće platu od 70.000 dinara, a kada ga pitamo šta zna, ništa ne zna. Postajemo socijalna ustanova, ne isplaćujemo zaradu, već onoliko koliko je potrebno da radnik živi“, žali se Stojković.

Union šped, prema njegovim rečima, još pozitivno posluje, uprkos raznim teškoćama. „U poslovanju ne smemo da budemo ni na nuli, ako dođemo na nulu moramo da smanjimo troškove. Iako globalne okolnosti značajno diktiraju uslove poslovanja, nadam se da će firma preživeti, mada bi država mogla da bude malo fleksibilnija prema domaćim privrednicima“, ističe Stojković.

Pritisak na privredu će biti sve veći

Vlasnik firme Hemotehna za proizvodnju ambalaže Radovan Mijatović kaže za B&F da država umesto da smanjuje namete, svaki dan uvodi nove. Ističe da energenti stalno poskupljuju, cena nafte raste, poskupeo je gas i najavljeno povećanje cene električne energije, a da je sada na sve to povećana i akciza, što govori da stanje u budžetu nije dobro i da će pritisak na privredu biti sve veći. „Uslovi poslovanja postaju katastrofalni. Mislim da će se gasiti firme“, prognozira Mijatović.

Povećanje akcize podići će, kako je rekao, troškove transporta, a poskupljenje električne energije, koju njegovo preduzeće troši u velikoj količini za proizvodnju, moglo bi da ga prisili da poveća cene njegovih proizvoda.

Za prevaljivanjem povećanih troškova na cene njihovih roba i usluga posegnuće verovatno većina privrednika, pa će se ispostaviti da Vlada nekim merama suzbija inflaciju, a drugima je podstiče.

Snažan pad inflacije tokom juna i jula nagoveštavao je, po oceni Fiskalnog saveta, mogućnost da inflacija do kraja ove godine bude spuštena na prosečnu međugodišnju vrednost od 12,5%, kako je predviđeno rebalansom budžeta. Povećanje akciza, poskupljenje gasa od 1. novembra i najavljeno poskupljenje električne energije usporiće njen pad i dostizanje tog zacrtanog nivoa, pa je realnije da će prosečna međugodišnja inflacija tokom 2023. biti bliža 13%, navode u Fiskalnom savetu. ●

Zašto je važno da vaša onlajn prodavnica bude zaista vaša?

Kada je internet iskoračio iz akademske i naučne sfere među građane, mnogi su mislili da je u pitanju novotarija koja neće dugo potrajati. U međuvremenu on je postao sastavni činilac naših života. Danas se skoro sve može obaviti onlajn, počev od plaćanja računa, preko sticanja znanja, do kupovine. I to ne samo na razvijenim tržištima, već svuda u svetu.

Ovaj potencijal prepoznali su i srpski privrednici, te naše tržište elektronske trgovine raste iz godine u godinu. Analitička kuća ECDB, specijalizovana za elektronsku trgovinu, očekuje da će ove godine rast domaćeg elektronskog tržišta iznositi 22,1%.

To nije loš rezultat imajući u vidu da je prošle godine, bar prema podacima Narodne banke Srbije, u našoj zemlji obavljeno je preko 42 miliona transakcija na internetu i kupljeno robe i usluga u vrednosti od 1,2 milijarde evra. Međutim, postoje indicije da je vrednost i količina robe u onlajn trgovanju zapravo premašivala ove statističke podatke, budući da, prema Analizi poslovanja veb-prodavnica, samo 52,1% njih omogućava plaćanje karticama. To znači da se velika količina robe plaćala pouzećem, te da je ovaj promet statističarima prolazio "ispod radara".

Pomenute rezultate treba sagledati iz još jednog ugla odnosno kroz podatak iz istraživanja pod nazivom "Upotreba digitalnih tehnologija u poslovanju" - da elektronsku prodavnicu u Srbiji ima tek 12,37% preduzeća.

Pred našim privrednicima se dakle nalazi ogroman neiskorišćeni potencijal. No, pre nego što se upuste u njegovo korišćenje nije na odmet podsetiti da kreiranju sajta ili veb-prodavnice treba pristupiti veoma promišljeno. Naime, kompanije bi trebalo da za svoje sajtove odaberu adekvatan internet domen i da ga registruju na sebe, odnosno na pravno lice koje je vlasnik biznisa, a ne na

drugu firmu ili na fizičko lice, makar to bio i neko iz kompanije. Jer, svi oni jednog dana mogu iz raznoraznih razloga prekinuti saradnju ili napustiti preduzeće, a kompanijski domen bi u takvim situacijama nastavio da se vodi na njihovo ime.

NA KOGA SU REGISTROVANE VEB-PRODAVNICE U SRBIJI?

Krajem prošle i početkom ove godine Registar nacionalnog internet domena Srbije (RNIDS) analizom 1.000 veb-prodavnica na našem tržištu došao je do podatka da se najveći broj njih, 68,9%, nalazi na .RS domenu.

Ovi domeni su u 21,6% slučajeva bili registrovani na fizičko lice, a ne na firmu. To nije baš najbolje rešenje ako se ima u vidu da fizičko lice na koje je registrovan domen sa njim može da radi šta god poželi, pa i da ga proda nekome drugom.

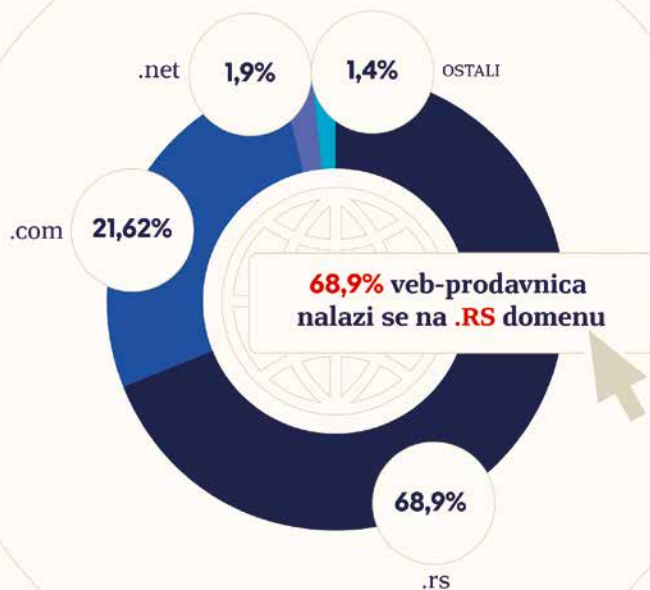
Pomenuto istraživanje je pokazalo i da je među preostalim domenima koji su registrovani na firme osam odsto njih, što je 5,84% ukupnog broja analiziranih .RS domena, bilo registrovano na neke druge kompanije, a ne na one koje su vlasnice analiziranih biznisa.

Moguće je da je u ovim slučajevima registracija domena bila prepuštena agencijama koje su pravile sajtove, te su one domene svojih klijenata registrovale na sebe.

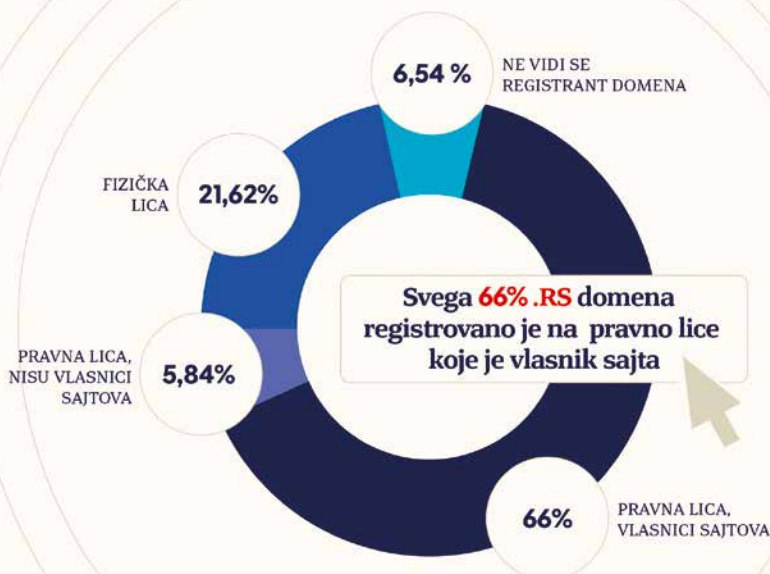
Kada se sve sabere, samo 66% veb-prodavnica je registrovalo domen na firmu koja je njen vlasnik, što znači da su samo one zaista vlasnice svojih onlajn trgovina.

KAKO DOMEN MOŽE DA UTIČE NA POSLOVANJE ONLAJN TRGOVACA?

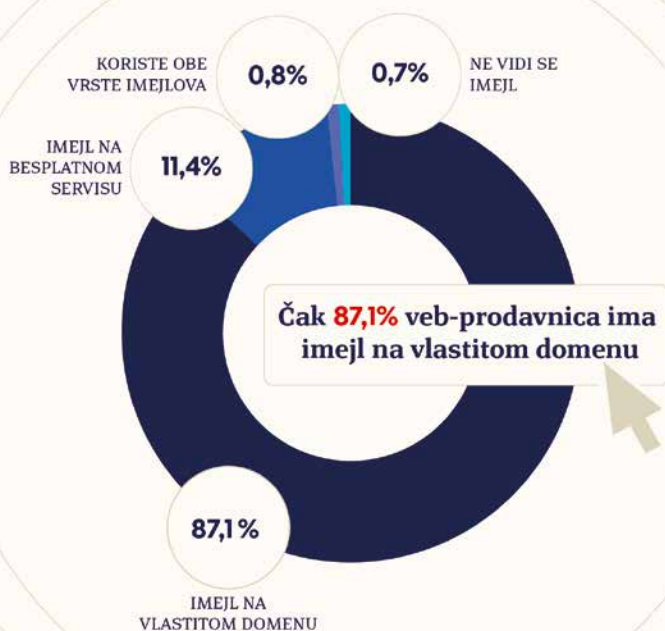
Pošto smo utvrdili zašto je važno da kompanija na sebe registruje domen koji koristi, pozabavićemo se i doprinosom domena poslovanju.



RNIDS



RNIDS



RNIDS

Većina veb-prodavnica u našoj zemlji nalazi se na .RS domenu. Ovo je značajno zato što 84,8% analiziranih onlajn trgovina isporučuje samo u Srbiji. Njihov cilj je, dakle, da dopru do publike na njenoj teritoriji. U tome im može biti od pomoći ako su na .RS domenu, koji najveći svetski pretraživač Gugl favorizuje u pretragama iz Srbije. To znači da će potencijalnom kupcu koji iz Srbije traga za određenim sadržajem, Gugl pre prikazati sajt koji se nalazi na domenu sa ekstenzijom .RS nego onaj na domenu sa nastavkom .COM.

Istraživanje "Uticaj veb-sajta i brendirane e-pošte na poslovanje kompanija na internetu" pokazalo je i da osim što lakše dolaze do kompanijskih sajtova na nacionalnim domenima, korisnici interneta imaju i više poverenja u njih. Primera radi, u Srbiji se duplo više (62%) vjeruje sajtovima na .RS domenu, nego onima na .COM domenu (28%).

Prema istom istraživanju imejl je, pored telefona, najkorišćeniji način komunikacije građana sa preduzećima. Pritom kupci imaju znatno više poverenja u firme koje koje zvaničnu korespodenciju vrše preko e-pošte koja u adresi sadrži internet domen firme nego u firme koje komuniciraju preko besplatnih servisa e-pošte poput Guglovog ili Jahuovog. Možda baš zbog toga 87,1% veb-trgovaca koristi imejl adrese na vlastitom domenu.

ZALOGE NA ŽIVOTINJE

Kad za otplatu duga garantuješ tuđim životom

Iako čine manje od jednog procenta u ukupnom broju izdatih garancija da će neki kredit ili pozajmica biti vraćeni, odnosno da će se namenski uplaćena sredstva iskoristiti u predviđene svrhe, zaloge koje se stavljaju na životinje predstavljaju prilično sigurno obezbeđenje. Od 1.807 takvih zaloga, samo je u 13 slučajeva pokrenuta prinudna naplata. Ugovori u kojima je stavljen zalog na životinje „teški“ su 57,7 miliona evra, kao jemstvo najčešće služe goveda, mlečne krave i junad, a jedan od uslova da se ta vrsta zaloge uspostavi je da životinja, stado ili jato, budu osigurani.

Piše: *Mirjana Stevanović*

Na par konja, lipicanera starih 10 i 12 godina, stavljena je zalogu koja garantuje isplatu 20.000 evra do aprila 2026. godine, a na osnovu ugovora između dva fizička lica. Stado od 45 ovaca i jagnjadi garancija je da će biti namenski upotrebljeno 2,3 miliona dinara koje je Republika Srbija preko Ministarstva poljoprivrede dodelila jednom uzgajivaču. Banka je preduzeću odobrila kredit od skoro 600.000 evra, a garancija je stado od 157 goveda ali i mehanizacija koja je u posedu firme...

To su samo neki od raznovrsnih primera zaloge koja se stavlja na životinje, kako bi one bile garant otplate duga. Na spisku su goveda, mlečne krave i junad, a prema registru prava APR-a, to čini 57,8 odsto svih zaloga iz ove kategorije. Slede ovce, obično stada od 20 do

50 jedinki, a na njih se odnosi 28,04 odsto ugovora, svinje su predmet zaloge u 9,43 odsto predmeta, dok se preostalih 4,73 procenta odnosi na ostale životinje, ređe na konje a češće na živinska jata od ponekad nekoliko hiljada roditeljskih ili izvedenih kokošaka ili pilića.

Ugovori „teški“ 57,7 miliona evra

Zaloge na životinje obično se stavljaju kada uzgajivač koristi neki od programa subvencija, pa država obezbedi sredstva za nabavku stada ili jata, dok uzgajivač ili ima obavezu da taj dug otplati ili da po isteku ugovorenog vremena preda odrasle jedinke. Poverioci mogu biti i razne fondacije koje podstiču poljoprivredu tako što obezbede početno krdo ili jato, a nisu retke ni situacije kada

firma koja se bavi preradom mesa daje svojim kooperantima ili kredit ili stado koje obezbeđuje zalogom.

U takvim slučajevima, obično se ugovorom precizira i način čuvanja i nege životinje i određuje kilaža koju uzgajivač treba da preda na kraju ciklusa. Nešto su ređe situacije kada broj životinja u oborima i torovima nije dovoljna garancija, pa one samo dopunjuju spisak na kome se nalaze i druge vrednosti iz domaćinstva, nekretnine i mehanizacija.

Među zalagodavcima najveći je broj fizičkih lica, čak 93,17 odsto, a reč je obično o nosiocima registrovanog poljoprivrednog gazdinstva. U 5,89 odsto slučajeva zalog daju privredna društva, a svega 0,94 odsto čine preduzetnici. Ali, kakva god da je struktura i poverilaca i onih koji

Ko su poverioci

U ukupnoj masi založnih prava, struktura poverilaca drugačija je nego kod predmeta gde se otplata duga garantuje životinjama. Naime, u ovoj prvoj, široj kategoriji, najzastupljenije su banke, koje čine 65,66 odsto svih ugovora. Slede privredna društva koja učestvuju u sklapanju 17,40 odsto poslova ove vrste, a zatim Republika Srbija - Poreska uprava, sa učešćem od 5,70 odsto. Fizička lica čine 1,56 odsto, preduzetnici 0,08, ostala pravna lica 7,65 odsto, dok se na lica koja ne spadaju ni u jednu od navedenih kategorija odnosi 1,95 odsto slučajeva, navode u APR-u.

Međutim, kada je reč o poveriocima sa založnim pravima nad životinjama, najzastupljenija su privredna društva koja čine 53,59 odsto svih registrovanih. Banke su zastupljene u 21,82 odsto predmeta, Republika Srbija - Poreska uprava čine 10,22 odsto, ostala pravna lica 13,52 procenta, dok lica koja ne spadaju ni u jednu od navedenih kategorija učestvuju u 0,85 odsto uspostavljenih zaloga na životinjama, navode u APR-u.



Foto: Atahualpa Caceres Primerera, Unsplash

garantuju svojim stočnim ili živinskim fondom, zaloga stavljena na životinje prilično je pouzdana. Od ukupnog broja takvih predmeta, prema podacima APR-a, samo je u 13 pokrenuta naplata po osnovu uspostavljenog založnog prava.

„Na preseku koji je sačinjen 19. septembra ove godine, od ukupno 194.962 aktivna založna prava, na životinje kojima se obezbeđuje kredit ili drugi vid sticanja sredstava, odnosi se 1.807 predmeta. Od ukupne vrednosti svih obezbeđenih potraživanja, a ona iznosi oko 90,5 milijardi evra, ugovori u kojima je stavljen zalog na životinje 'teški' su 57,7 miliona evra“, navode za B&F u APR-u.

Ništa bez osiguranja

Uslov koji svi poverioci postavljaju da bi se uopšte uspostavila takva vrsta zaloge, jeste da životinje budu osigurane. U Generali Osiguranju Srbija, kažu za B&F da godišnje ugovaraju više stotina takvih polisa, kao i da se taj broj odražava i na visinu prikupljene premije. Osiguranjem, kažu, mogu biti obuhvaćene sve domaće životinje i živina.

„Mi dominantno prodajemo Premium pokriće osiguranja životinja, koje pokriva sve bolesti i stanja koja dovode do uginuća ili prinudnog klanja. Ovim paketom su isključene za-

razne bolesti, kod kojih štetu nadoknađuje država. Kultura osiguranja kod naših poljoprivrednika se u velikoj meri promenila poslednjih godina i sve je više onih koji samostalno žele da osiguraju svoje domaće životinje u cilju zaštite proizvodnje. Ipak, još uvek najveće interesovanje vlada u slučajevima subvencionisanih kredita za nabavku stoke, kod kojih država plaća premiju osiguranja u 100 odsto iznosu. Kao dodatna mera obezbeđenja tog kredita obavezna je vinkulacija, odnosno postupak u kome ugovarač prenosi pravo potraživanja po osnovu osiguranja u korist tog trećeg lica“, objašnjavaju u Generali Osiguranju.

Dodaju da država subvencionise osiguranje životinja godinama, po osnovu Zakona o podsticajima u poljoprivredi i ruralnom razvoju. To se čini kroz regresiranje osiguranja u visini od 40 odsto, dok pojedini regioni, zbog svoje specifičnosti, imaju regres koji može dostići i do 70 procenata.

Životinja je pokretna imovina, kao i svaka druga

Osim Republike Srbije ili Ministarstva poljoprivrede, komercijalnih banaka i preduzeća sa kooperativom, među poveriocima u ovakvim poslovima često se javlja i Fondacija Pro-

speritati. Ona sredstvima koje donira mađarska Vlada ugovara mentorske i druge projekte osnaživanja paora na severu Vojvodine.

„Mi stavljamo zalogu na priplodne životinje kada naši korisnici u okviru konkursa kupe životinje. Do sada smo imali pet takvih konkurnih krugova, iz kojih je nastalo oko 700 ugovora. Na osnovu ugovora o finansijskoj podršci uvek je obaveza naših korisnika da upišu zalogu na pokretnim stvarima, i isto tako i na životinje. Time želimo da obezbedimo ne samo da imamo prednost u prodaji, ako dođe do raskida ugovora i prinudne naplate potraživanja, nego i to da korisnici ne otuđe predmet konkursa, da ih oni koriste za namenu za koju je finansijska podrška data“, kaže za B&F Ana Lulić Marki iz Pravnog sektora te organizacije.

Objašnjava da založni dužnik nema dodatnih obaveza u odnosu na životinje, ali ne sme da ih otuđi za vreme održavanja konkursa, već mora sam da ih drži u okviru gazdinstva čiju adekvatnost je dokazao prilikom konkurisanja. On pre svega mora da ispunjava propisane veterinarsko-sanitarne uslove, a životinje i uslove u kojima ih gaji mora da održava savesno za sve vreme trajanja ugovora. Naša sagovornica dodaje da u određenim slučajevima traže i osiguranje životinja, a da ukoliko ona uginu, ugovorom je predviđeno da vlasnik mora da upiše zalogu na drugu, novu životinju.

„Mi svaki put upisujemo zalogu kada se životinja nabavlja u okviru konkursa i to nije ništa drugačije nego kada se upiše zaloga, na primer, na vozilu. Životinja ima individualni identifikacioni broj, koji se upisuje u ugovor o zalozi i u registar založnog prava“, pojašnjava Lulić Marki. Ona napominje da dosad nisu imali izvršenje po založnom pravu nad životinjama, a da je cilj da njihovi korisnici u datom roku ne otuđe predmet projekta, nego da se služe priplodnim grlima u skladu sa ciljem konkursa u okviru kojeg su nabavljena. ●

POREZ NA IMOVINU I ŽIVOTNA SREDINA

Nekome majka, nekome maćeha

Poreska praksa u svetu pokazuje da se kroz porez na imovinu najviše podstiče zelena gradnja, olakšice se primenjuju i za zaštitu šuma, ali ne i za poljoprivredno zemljište namenjeno organskoj proizvodnji. Ekološka uloga poreza na imovinu u Srbiji je prilično skromna, odnosno predviđena su samo dva poreska oslobođenja koja su motivisana zaštitom životne sredine.

Piše: Branko Bogavac

Iako porez na imovinu ne pripada ekološkim porezima, države širom sveta neretko koriste ovaj namet da bi pospešile zaštitu životne sredine i kroz upotrebu nekretnina. Izuzetak u takvoj praksi predstavlja oporezivanje poljoprivrednog zemljišta, gde zakonodavci primenjuju istu poresku politiku bez obzira da li se ono koristi za konvencionalnu ili za organsku proizvodnju.

Imajući u vidu da je dostupnost hrane jedno od najosetljivijih društvenih pitanja, u nekim zemljama poljoprivredno zemljište ima privilegovani poreski tretman, ili je čak izuzeto od oporezivanja, uz potpuno zanemarivanje negativnog uticaja poljoprivrede na životnu sredinu. S druge strane, organskoj poljoprivredi se pruža podrška prvenstveno kroz subvencije i eventualno neke druge poreze, poput poreza na dohodak, navodi Cvjetana Cvjetković Ivetić sa novosadskog Pravnog fakulteta u studiji „Uloga poreza na imovinu u zaštiti životne sredine“.

Poreske vlasti se znatno drugačije odnose prema ekološkom značaju šuma. Pojedine države su šumama

obezbedile određene olakšice u plaćanju poreza na imovinu, kroz dva pristupa. Prvi podrazumeva da poreske olakšice uživaju sve šume, kao što se to, na primer, radi u Bugarskoj i Mađarskoj. Drugi pristup obezbeđuje poreske olakšice samo za pojedine kategorije šuma, koje nemaju komercijalni karakter. U pitanju su zaštitne šume sa naglašenim ekološkom funkcijom i šume specijalne namene, koje se nalaze u nacionalnim parkovima, služe za važna istraživanja ili su bitne zbog svoje socijalne uloge.

U našem bližem okruženju, poresko oslobođanje u oba slučaja obezbeđuju Slovenija i Crna Gora, u Slovačkoj i Poljskoj ono se primenjuje za zaštitne šume, dok neke države, poput Češke i Turske, omogućavaju privremeno poresko oslobođenje za šumsko zemljište koje se ponovo privodi nameni.

Oporezivanje zelene gradnje

Ipak, primetno je da su u domenu imovine najraznovrsniji poreski podsticaji oni kojima se pospešuje

zelena gradnja. Ovakav odnos poreskih vlasti proizilazi iz jako važne ekonomske, društvene i ekološke uloge koju građevinarstvo ima u većini zemalja. Kada je reč o održivosti, podaci pokazuju da su građevinski objekti „zaslužni“ za oko 35% globalne potrošnje energije i za 38% globalne emisije ugljendioksida.

Zakonodavci generalno primenjuju dve vrste podsticaja za masovniju zelenu gradnju, finansijske i nefinansijske. Pod finansijske podsticaje podvode se subvencije, poreske i olakšice u drugim dažbinama, taksama i naknadama, dok nefinansijski podsticaji podrazumevaju različite administrativne pogodnosti, kao što su brži postupak dobijanja građevinskih dozvola, odgovarajuća tehnička podrška i slično. Autorka napominje da ovakvi podsticaji imaju smisla samo ako se na konkretnom tržištu bolje kotiraju objekti koji obezbeđuju efikasniju upotrebu resursa.

Kada se razmatra učinak pomenutih podsticaja na rast zelene gradnje, neka istraživanja u SAD pokazuju da su administrativne pogodnosti, posebno brže izdavanje dozvola, imale veće efekte od finansijskih podsticaja. Istraživanja u Kini i Hong Kongu su, pak, došla do zaključka da na odluke o gradnji i kupovini zelenih objekata najviše utiče činjenica da se oni mnogo bolje kotiraju na tržištu.

Podrška energetske efikasnim objektima i onima koji koriste obnovljive izvore energije se pored poreza na imovinu pruža i kroz druge namete, kao što su porez na dohodak, porez na dobit, PDV, porez na električnu energiju... U slučaju poreza na imovinu, zakonodavci primenjuju različite vrste olakšica. Tako Bugarska omogućava privremeno poresko oslobođenje za objekte koji poseduju odgovarajuće zelene sertifikate o energetskim svojstvima zgrade, dok u Flandriji obveznik ima pravo na umanjenje poreza na imovinu u trajanju od pet godina, u situacijama kada se za najmanje 75% objekta menja sistem grejanja i izolacije.

S druge strane, Španija i SAD kroz porez na imovinu favorizuju objekte koji koriste obnovljive izvore energije. Lokalne samouprave u Španiji mogu da umanje poresku obavezu za čak 50%, a one koje su to učinile, uglavnom primenjuju poreski kredit u rasponu od 15% do 50%, u periodu od jedne do tri godine.

Poreske olakšice u SAD su najčešće ograničene na rezidencijalne objekte, ali u pojedinim saveznim državama odobravaju se i za industrijske i komercijalne prostore koji koriste obnovljive izvore energije za sopstvenu upotrebu, ili za dalju prodaju.

Privilegovani poreski tretman imovine koja se koristi za proizvodnju električne energije korišćenjem obnovljivih izvora sreće se u Finskoj. U ovoj državi su sve vetroelektrane podvrgnute specijalnim pravilima prilikom vrednovanja poreske osnovice, kao i u Belgiji i Holandiji, u kojima su plaćanja poreza na imovinu oslobođene vetroelektrane koje se nalaze na moru. Još jedan od zanimljivih primera je poljski grad Kališ, gde je predviđeno poresko oslobođenje u slučaju ozelenjivanja krovova i fasada rezidencijalnih objekata.

Navedeni i drugi primeri svedoče da lokalne vlasti mogu da budu prilično kreativne u promovisanju zelene gradnje, ocenjuje Cvjetković, pod uslovom da za to imaju zakonsko ovlašćenje.

Skromno u Srbiji

Kada je reč o Srbiji, zakonodavac je kod poreza na imovinu predvideo dve vrste poreskih olakšica: poreske kredite, koji se vezuju isključivo za stambene objekte, i poreska oslobođenja, u čijoj osnovi leže različiti razlozi, uključujući i ekološke. Njihovo propisivanje isključivo je u nadležnosti centralne vlasti, pa opštine i gradovi ne mogu samostalno da uvode poreske olakšice.

Slično kao i u drugim državama, poreska politika ne stimuliše organsku poljoprivredu ni kroz porez na imovinu, niti kroz druge poreske obli-

ke. Autorka ocenjuje da je ekološka uloga poreza na imovinu u Srbiji prilično skromna, odnosno predviđena su samo dva poreska oslobođenja koja su motivisana zaštitom životne sredine. Srpski zakonodavac propisuje privremeno poresko oslobođenje za šumsko i poljoprivredno zemljište koje se ponovo privodi nameni, i to u trajanju od pet godina, računajući od početka privođenja nameni. Ovo poresko oslobođenje je uvedeno s ciljem da podstakne produktivno korišćenje zemljišta, ali i zaštitu životne sredine.

Poresko oslobođenje može da se ostvari za zemljište koje je zbog svojih prirodnih osobina podobno za gajenje šuma, kao i za zemljište na kome se nalaze objekti namenjeni gazdovanju šumama, divljači i ostvarivanju opštekorisnih funkcija šuma, a koje obveznik ponovo privodi nameni. Ovo poresko oslobođenje se ne primenjuje ako se šumsko zemljište trajno daje drugim licima radi ostvarivanja prihoda.

U okviru poreza na imovinu postoji još jedno poresko oslobođenje koje ima ekološku dimenziju. Ono se primenjuje za vodno zemljište i vodne objekte koji su upisani u registar katastra vodnog dobra, odnosno katastra vodnih objekata, osim kada je reč o objektima za uzgoj riba. Razlog za uvođenje ove poreske olakšice je u tome što su vodni objekti namenjeni i zaštiti vodotoka, te sakupljanju, odvođenju i prečišćavanju otpadnih voda.

Imajući u vidu da je trenutno ekološka uloga poreza na imovinu u srpskom poreskom pravu prilično skromna, postavlja se pitanje da li ima mesta za njegovo dalje „ozelenjivanje“, posebno u oblasti zelene gradnje? Uvođenje novih poreskih olakšica, bez istovremenog podizanja prosečnog standarda i primene drugih mera za podsticanje zelene gradnje ne bi imalo efekta, smatra Cvjetković. To ilustruje i primerom da uprkos tome što trenutni porez na imovinu ne predstavlja značajan izdatak za poreske obveznike koji imaju više prihoda, još uvek mali broj njih ulaže u gradnju i kupovinu zelenih objekata. ●

VELEPRODAJA U SRBIJI:

POVUCI

POTEGNI

Kupovina i prodaja na veliko donose sve manju zaradu u okolnostima kada u lancu od proizvođača do krajnjeg potrošača rastu troškovi a kupovna moć pada. Primetno je da se veletrgovci istiskuju sa tržišta jer proizvođači počinju samostalno da prodaju svoju robu, posebno u prehrambenoj industriji. Tekstilci tvrde da pod pritiskom strane konkurencije i polovne i švercovane robe, izumiru i domaći proizvođači i trgovci, dok se veleprodavci u građevinarstvu žale na sve veća kašnjenja u plaćanjima. U veletrgovini lekovima i medicinskom opremom država je redovnije platiša od privatnog sektora, ali sreću kvare javne nabavke koje forsiraju nisku cenu na uštrb kvaliteta. Na nezavidnu situaciju ukazuju i veletrgovci pogrebnoj opremom, koji tvrde da čak ni smrt više nije siguran posao.

Trka s preponama

U situaciji kada proizvođačke cene skaču iz dana u dan a inflacija podjednako zdušno „jede“ životni standard, veletrgovci hranom i pićem se žale da imaju sve manje prostora za sopstvenu zaradu između proizvodnje i maloprodaje. Ukoliko rade sa kvarljivom robom, njihov posao iziskuje i dodatne logističke troškove, a izdaci se gomilaju i prilikom uvoza ili izvoza. Najveći trgovinski lanci diktiraju tržišne uslove u svoju korist, ali se niža marža u poslovanju sa njima nekako pokrpi velikim količinama isporučene robe, dok je saradnja sa vlasnicima malih radnji mnogo lakša, no i isporuke su male.

Piše: Marija Dukić

Kada na internetu potražite veleprodavce hrane i pića, steknete utisak da se ovim poslom bavi pola Srbije. Ali nakon detaljnije provere njihovog poslovanja, knjiga spadne na nekoliko slova, jer se pokaže da je veliki

broj ovih firmi ugašen ili u blokadi, dok je većina preostalih veletrgovaca daleko od velikog prometa i još dalje od većih prihoda. A najmanje je onih koji žele javno da pričaju o svom poslu, no zato žalbi „bez navođenja imena i prezimena“ ne nedostaje.

Situaciju na našem tržištu veletrgovci hranom i pićem upoređuju sa atletskom disciplinom u kojoj trkači moraju da preskaču sve moguće prepreke, a svoj posao kao nedovoljno isplativ u poređenju sa trudom da se postigne kompromis u cenama između dobavljača i kupaca. U vreme krize i inflacije, gotovo je postalo pravilo da dobavljači cene menjaju čak i tokom realizacije nabavke, pri čemu roba neretko kasni. Ako se ona uvozi ili izvozi sledi još procedura i troškova, za analize, carinjenje, lepljenje deklaracija, prevoz... Kad se sve to napokon završi i napravi računica, ispadne da je kupcima prodajna cena skoro uvek – previsoka.

Hladni lanac snabdevanja na uzavrelom tržištu

A kako situaciju vide regionalni igrači u veleprodaji? Jedan od njih je kompanija Steki Komerc, koja se bavi hladnim lancem snabdevanja, konkretno distribucijom mlečnih i suhomesnatih proizvoda. Otvorena je 2012. godine u Beogradu kao predstavnik jedne od većih bugarskih mlekarar Makler komers, a u međuvremenu je proširila i poslovanje i asortiman. Sada trguje robom više bugarskih i srpskih proizvođača, uključujući i izvoz nekih proizvoda iz Srbije u Bugarsku, kao što su kajmak i paprika u pavlaci. Ovo preduzeće ima dva distributivna centra, u Beogradu i Nišu, iz kojih dostavlja robu na 2.000 prodajnih mesta u centralnoj i južnoj Srbiji.

Stefan Vladimirov, direktor Steki Komerc, kaže za B&F da sve više trguju proizvodima iz Srbije, jer proizvođači u Evropskoj uniji gube na konkurentnosti zbog energetske krize i poremećaja u lancu snabdevanja. Podjednako važan razlog za to je i kvalitet naših proizvoda, pa Steki Komerc sada za svoju robnu marku angažuje neke srpske proizvođače hrane.

„Vaše tržište je veoma razvijeno kada je reč o mlečnim i suhomesnatim proizvodima. Tražnja za njima je velika, ali i ponuda“, ocenjuje Vladimirov. Druga strana medalje u ovoj branši, prema njegovim rečima, je to što je tržište prezasićeno, jer sada i proizvođači samostalno prodaju svoju robu. „Pored toga, ni sirovina za proizvodnju nema dovoljno. Zbog krize u stočarstvu vlada nestašica mleka a zbog afričke kuge i svinjskog mesa. Dodatni problem su i česta poskupljenja robe u poslednje dve godine, zbog kojih klijenti sve glasnije negoduju“, komentariše naš sagovornik.

Trgovina ovakvom vrstom hrane, koja je kvarljiva, iziskuje veoma skupu logistiku, uključujući posebne magacine i vozila, dok zaposleni moraju specijalno da se obučavaju za pravilno izdvajanje robe, objašnjava Vladimirov. Pošto se ovakve namirnice obavezno distribuiraju pod niskim temperaturama, Steki Komerc za taj posao angažuje jedno preduzeće koje je specijalizovano za logistiku u hladnom lancu snabdevanja.

Takva preduzeća u svojim hladnjačama obično prevoze robu više svojih klijenata, kojima to smanjuje troškove prevoza. No, ukoliko iskrsne potreba za nekom hitnom isporukom ili logističko preduzeće ne može da obavi svoj zadatak, Steki Komerc ima sopstvena vozila kojima prevozi mlečne i suhomesnate proizvode velikim trgovinskim lancima, ali i malim radnjama.

Poredeći saradnju sa velikim i manjim igračima na tržištu, Vladimirov ističe: „Velikim trgovinskim lancima dovozimo veću količinu robe, koju



Foto: Clark Young, Unsplash

ugovaramo na početku godine za narednih 12 meseci. Oni nam odmah predoče jasne uslove o kojima nema pregovora, što uključuje i veću maržu za njih. To nama ne ostavlja mnogo prostora za zaradu, ali ipak dovoljno prihodujemo zahvaljujući količini isporučene robe. Sa malim radnjama su pregovori lakši, jer se vode lično sa vlasnicima. Tu i dalje postoji onaj tradicionalni trgovački odnos u pregovaranju, njihove marže su niže i nema skrivenih troškova poslovanja. Sa njima trebovanje i naplata idu lakše, kao i dogovaranje oko izlaganja proizvoda, ali treba imati u vidu da su ovde u pitanju znatno manje količine robe“.

Uvoz pića u zemlju koja voli domaću kapljicu

Kada je reč o piću, najnovija istraživanja pokazuju da potrošnja piva i vina prednjače u Srbiji u odnosu na kupovinu žestokih pića. Zato je prostor za veletrgovinu žestokim pićima sužen, posebno onima iz uvoza.

„Od svih alkoholnih pića koja se piju na našem tržištu samo sedam odsto dolazi iz uvoza. U našem okruženju i drugim evropskim zemljama je taj odnos otprilike pola-pola. Njihova tržišta su zato privlačnija ino-

stranim proizvođačima pića, dok im naše donosi manje prihode, pa su još uvek oprezni, dok iščekuju da se ono više otvori“, kaže za B&F Marko Minić, direktor razvoja u kompaniji „G3 Spirits“, koja posluje duže od dve decenije, aktivna je u celom regionu i četvrti je najveći uvoznik žestokih alkoholnih pića u Srbiju. Ovo preduzeće je specijalizovano za uvoz i veleprodaju premium alkoholnih pića, kao što su votka i viski, i bezalkoholnih premium filera za koktele, poput kvalitetnih tonika.

Takva pića imaju specifične kupce, i to su uglavnom oni koji mogu da ih priušte. Zato ovaj beogradski uvoznik i veletrgovac najveći deo asortimana prodaje ugostiteljskim objektima, a samo 30 odsto svoje robe plasira kroz velike trgovinske lance. Za dostavu pića ugostiteljskim objektima „G3 Spirits“ angažuje manje distributere koji se bave prevozom i naplatom, ali firma sama obavlja drugi deo posla - aktivaciju i ulistavanje artikala u lokale. I to nije jedino što zvuči komplikovano u ovom poslu.

Planiranje uvoza je jedna od trenutno najvećih briga ove kompanije. „Mi nabavljamo robu direktno od proizvođača pića i to bi trebalo da teče glatko, jer nema posrednika.

Međutim, naši dobavljači se još uvek nisu oporavili od posledica pandemije korona virusa. I dalje ih muče nestašice sirovina. Zato često pomeraju rokove završetka proizvodnje, a s vremena na vreme i povećavaju cene svojih proizvoda“, navodi Minić.

Prema njegovim rečima, cela ova delatnost se u poslednjih nekoliko godina suočila sa nizom poteškoća, ali većina njih su premostive. Ipak, neke su ozbiljnije od drugih. Među najvećim problemima su povećanje troškova poslovanja i za uvoznike i za veletrgovce, uključujući i rast plata za vozače kamiona i kombija kojih nema dovoljno na tržištu. Navedeni problem je toliko narastao da čak i kada poslodavci nude zarade od 1.000 evra, ne mogu da pronađu dovoljno vozača.

„G3 Spirits“ zato za prevoz robe angažuje špeditersko preduzeće, koje uz to preuzima na sebe i složenu papirologiju, što pojednostavljuje poslovanje, ističe naš sagovornik. On dodaje da su ljudi koji se bave uvozom i veletrgovinom, ma koliko truda ulagali, svesni da ove delatnosti, kao i svi drugi poslovi, imaju svoje uspone i padove. Trenutno je situacija lošija u uvozu nego u veletrgovini, tvrdi Minić, pa „G3 Spirits“ kao uvoznik manje zarađuje na nekim artiklima nego veletrgovci. ●



“VLASINA-ČISTA LJUBAV”: EKONOMSKI RAZVOJ NA TEMELJIMA ODRŽIVOSTI

Postići harmoniju između biznis ciljeva i zaštite životne sredine, a u isto vreme ulagati u razvoj i osnaživanje zajednice u kojoj poslužete, u današnje vreme predstavlja izuzetno izazovan zadatak. Ipak, oni koji razumeju da zaštita resursa i planete jesu i biznis cilj, postaju oni lideri koji doprinose održivom razvoju i napretku sredina i zajednica u kojim poslužu.

Jedan od takvih primera je Coca-Cola sistem u Srbiji, koji je, zajedno sa lokalnim partnerima, 2021. godine pokrenuo projekat “Vlasina-čista ljubav”, jedinstvenu inicijativu za podršku održivom turističkom razvoju vlasinskog kraja, u kojem kompanija posluje već 15 godina. U partnerstvu sa Opštinom Surdulica, Turističkom organizacijom opštine Surdulica i Kabinetom ministra za razvoj nedovoljno razvijenih opština, “Vlasina – čista ljubav” je, nakon samo dve godine, postala katalizator promena koji doprinosi da Vlasina, zasluženo, bude prepoznata na turističkoj mapi Srbije, te da svoj razvoj temelji na načelima održivog turizma.

PRVI KORAK – PODRŠKA UGOSTITELJIMA ZA VREME PANDEMIJE

Pandemija je dovela u pitanje opstanak mnogih biznisa, a najviše su bili pogođeni upravo mali preduzetnici. Svesni te činjenice, kao prva aktivnost “Vlasina – čista ljubav” inicijative, organizovane su radionice za lokalne ugostitelje, sa ciljem da osnaže njihove biznise kako bi postali prepoznatljiviji, konkurentniji i privukli veći broj posetilaca. **Svi ugostitelji dobili su i besplatne foto i video prezentacije njihovih biznisa, kao i korisne savete kako da predstav**

soj biznis, kako da komuniciraju na društvenim mrežama, kako da upravljaju finansijama.

NOVE PLANINARSKÉ STAZE ZA BOGATIJU TURISTIČKU PONUDU VLASINE

Ojačan partnerstvom sa Programom Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) i Planinarskim savezom Srbije, Coca-Cola sistem je otpočeo drugu fazu projekta “Vlasina – čista ljubav”, u okviru koje je obnovljeno 40 km postojećih staza, a napravljena je i jedna nova, turističko-edukativna staza duga 7 km.

lazak prirodnih lepota Vlasine biće olakšan i digitalizacijom staza, koje će posetioci uskoro moći da istraže putem onlajn platforme „Staze Srbije“, izrađene uz podršku UNDP-a.

Staze Vlasine već su privukle i prvu veliku grupu posetilaca. Naime, **Vlasina je ove godine, po prvi put, ugostila centralni događaj najveće pešačke manifestacije u Srbiji, „Rosa Dan pešačenja“.** Stazama Vlasine je, u organizaciji Planinarskog saveza Srbije, šetalo više od 500 posetilaca i zaljubljenika u prirodu, među kojima je bilo 350 devojčica i dečaka školskog uzrasta iz gradova jugoistočne Srbije.

„Ovih 47 kilometara staza su mnogo više od mogućnosti za šetnju i rekreaciju. Uveren sam da ovim stazama zajedno otvaramo mogućnosti za brži i snažniji ekonomski razvoj Vlasine i da zajedno možemo dostići svaki vrh, prevazići svaki izazov i podržati lepšu budućnost za ovaj izvanredni predeo“, poručio je generalni direktor kompanije Coca-Cola HBC Srbija Svetoslav Atanasov na događaju povodom otvaranja renoviranih staza.

Staze pozivaju na pešačenje, ali i na širenje znanja i očuvanje jedinstvenog biodiverziteta ovog područja. Na novoj stazi postavljene su edukativne table, koje na interaktivan način posetiocima upoznaju sa zaštićenim i autohtonim vrstama biljaka i životinja na području Vlasine. Pristup i obi-

Oblikujući sadašnjost na temeljima održivosti i vrednostima kao što su ljubav i poštovanje prema prirodi, projekat „Vlasina-čista ljubav“ nas podseća da svi imamo ulogu i da je ulaganje u održivi razvoj – ulaganje u budućnost u kojoj svi možemo rasti i napredovati zajedno.

„VLASINA – JOŠ ČISTIJA LJUBAV” – DELJENJE ZNANJA JE NAJDUGOVEĆNIJA INVESTICIJA

Krovna inicijativa upotpunjena je dodatnom, usmerenom na pravilno upravljanje ambalažnim otpadom i promociju reciklaže na Vlasini. „Vlasina – još čistija ljubav“ omogućila je lokalnim ugostiteljima da bolje upoznaju ključne koncepte i prakse u očuvanju netaknute prirode Vlasine. Pored toga, na potezu pored Vlasinskog jezera i u ugostiteljskim objektima u saradnji sa kompanijom Sekopak postavljeni su kontejneri za selektivno odlaganje ambalažnog otpada, čime je omogućena reciklaža i stvoreni preduslovi da zaštićeno područje Vlasine ostane čisto.

TEKSTIL, ODEĆA I OBUĆA

Životarenje na putu do zagrobnog života

Tržište za plasman tekstila, odeće i obuće sužava se iz godine u godinu, a najteže je u sektoru veleprodaje koja se sve češće istiskuje sa puta od fabričke hale do potrošača. Domaće proizvodnje gotovo i da nema, opstalo je svega nekoliko većih preduzeća sa svojim prodajnim lancima, dok svi ostali životare. Konkurencija velikih svetskih proizvođača, ponuda polovne i švercovane robe uz istovremeni rast troškova, sveli su ovu privrednu granu na nivo statističke greške.

Piše: Mirjana Stevanović

Firme koje rade u tekstilnoj i industriji obuće iz kriznih godina izašle su jako oslabljene, a sve to je pratio i pad tražnje jer se porodični budžeti najbezbolnije „peglaju“ odustajanjem od svega što nije nužno za preživljavanje. To se

odrazilo i na proizvodnju, uvoz, prodaju na veliko i na malo, kaže za B&F Milan Knežević, nekadašnji vlasnik konfekcije Modus, sada u penziji.

„Najteže je to podnela velikoprodaja, gotovo da je nema jer smanjena tražnja i kupovna moć sta-

novništva ukidaju tu međufazu kao dodatni trošak. Proizvođači koji su opstali idu na direktnu prodaju, imaju svoje radnje i nemaju potrebu da deo kolekcija daju i kroz veleprodaju, zašto bi pravili konkurenciju svojim lokalima? Takođe, nekoliko jakih proizvođača je ušlo iz inostranstva, imaju izuzetno velike promete, jedan od njih, turski, drži čak 20 odsto tržišta odeće. To je baš bio udar i na domaću proizvodnju i na veleprodaju“, objašnjava Knežević, koji je uveren da je ta privredna grana na putu ka svom zagrobnom životu.

Visoka cena tekstilnog otpada

Nekadašnji vlasnik Modusa navodi da je promet u prodaji odeće posebno ugrožen i zbog velikog broja prodavnica polovne odeće i crnog tržišta. „Među prodavcima polovne odeće ima nekoliko moćnih distributera koji uvoze robu i plasiraju je kroz maloprodaju. Ovakva roba deklariše se preko granice kao otpadne krpe, ide na kilogram i ima nisku osnovicu za carinjenje, ali niko ne proverava da li se te pošiljke šalju na reciklažu, što bi bilo normalno, ili završe u prodavnicama polovne odeće. Mi tako činimo ustupak Evropi, oslobađamo je tekstilnog otpada ili neprodane robe, troškova skupe reciklaže, a kod nas se sve to nađe kao već korišćena roba ili na buvljacima. Na pančevačkoj pijaci vrti se hiljade tona kojekakvih 'krpa', prodaju se kao odevni predmeti. Ta roba, i kad je u prodavnicama, potpuno je van kontrole kvaliteta. Ako otpadne pola haljine kod prvog pranja niko neće reagovati, ali ako se majica domaćeg proizvođača skupi dva centimetra, on će morati da uvaži reklamaciju“, ističe Knežević.

Dodaje da i na Zapadu ima prodavnica polovne odeće, ali tamo ova roba mora da ima papir od koga je preuzeta i deklaraciju, i na to se plaća porez. Kod nas niko ne proverava čak ni da li je novo ili polovno, pa se može desiti da Gučijeva jakna, vred-

na 2.000 evra, prođe granicu bez etikete koja se posle vraća, a roba prodaje kao nova.

Kod veletrgovaca tekstilom uticaj „sive zone“ je minoran, tvrdi Bora Cvijanović iz firme Teking Veleteks, ali potvrđuje za B&F da se tržište poslednjih godina smanjuje. „Došlo je i do poskupljenja sirovina, pa su svi napravili veće zalihe, a sada su cene pale i ta roba na lagerima više nije konkurentna. Trgovci su prinuđeni da i pored punih magacina kupuju po novim cenama kako bi opstali, pa je došlo do određenog pada. Uz to, proizvođače tekstila više nemamo, sve nabavljamo iz Evrope i Azije“, navodi Cvijanović.

Svi putevi vode u Tursku

Ljubiša Đorđević, većinski vlasnik modne kuće EDI, koja se bavi proizvodnjom, veleprodajom i maloprodajom sopstvenih proizvoda od trikotaže kaže za B&F da iako je u jednom trenutku izgledalo da će domaća tekstilna industrija početi da raste, to se nije desilo. Poslednjih nekoliko godina sve su nepovoljniji uslovi za proizvodnju, koja se svela na statističku grešku.

„Napravljen je bescarinski sporazum sa Turskom koja je svetski gigant, došle su njihove velike firme od kojih kupuje pola sveta i konkurencijom dotukle našu malu proizvodnju. Vlasnici manjih butika,

koji su se ranije snabdevali kroz našu veleprodaju, sada po robu idu u Tursku, svakog dana čitav jedan grad iz Srbije kupuje u Istanbulu. Sve to utiče na proizvodnju koja je nekada bila ozbiljnija. Suludo je da mi budemo zatvoreno tržište ili da tražimo intervenciju države, kao što se nekada radilo. Ali neka minimalna zaštita mora da postoji. U privredi konkurencije mora da ima, ali to sa cenama mora nekako da se uravnoteži, da nam ne prave kaos“, smatra Đorđević i dodaje da su njegove prodavnice u desetak gradova radile dobro, ali da je sa dolaskom turskih proizvođača promet prepolovljen.

Naš sagovornik kaže da je veleprodaja nakon gubitka malih kupaca krenula u drugom pravcu, sada rade sa nekim ozbiljnijim proizvođačima poput Mone, Lune, Elipse ili Oriona. Raste i onlajn prodaja, ali ne koliko u drugim oblastima, jer kupci žele da probaju odeću, da dodirnu materijal rukom. EDI ima i sopstvenu proizvodnju, trikotaža im je osnovna delatnost, ali je problem što na domaćem tržištu ne mogu da nabave ni metar materijala, ni kalem konca. Upućeni su na prediva iz Italije i Turske.

„Najveća pomoć malim preduzećima bila bi da se smanje porezi i doprinosi. Nama je jasno da radnik teško živi sa minimalnom platom, radujem se kad država poveća iznos,

ali onda vidim da ja te troškove ne mogu da izdržim. Kada bi dažbine bile niže, deo bi se usmerio u plate radnika, što je i za poslodavce indirektno isplativo, vraća nam se kroz veću kupovnu moć“, zaključuje Đorđević.

Sve manje kupaca

Ništa bolje stanje nije ni u veleprodaji obuće. Aleksandar Savović, iz preduzeća Kabl-metal, žali se da je svake godine sve manje kupaca iz maloprodaje. To su ljudi koji imaju jednu ili dve radnje, a trpe najveći pritisak u lancu. Dok pored njihove radnje neko prodaje „najke“ ili „adidas“ bez ikakvih obaveza i papira, oni moraju da imaju prijavljene radnike, ulaz za svaku robu, deklaraciju.

„Imali smo ranije jako mnogo kupaca, ali sve ih je manje. Mi uvozimo obuću iz Turske direktno, nekad dobijemo dobru cenu da bi duže sarađivali, ali onda dođu veliki lanci, pokrivaju tržište 30 zemalja, to su velike količine i mnogo niža nabavna cena. Naši kupci se bore ali teško im je, ne mogu to da izdrže. Ni za brendiranu obuću vreme nije lako, vidim da i oni smanjuju nabavke, a ove godine ni polazak đaka u školu nije se osetio“, kaže Savović za B&F. On napominje da nema garancije ni kada uspeju da nabave pristupačnije patike, koje u maloprodaji dostignu cenu od 2.000 do 2.500 dinara, jer i deca od tri godine sada traže brendirane, takvo je društvo.

Prema Savovićevom mišljenju, proizvodnja obuće u Srbiji je zastavljena na nivou zanatske, a i oni koji nešto malo rade ne mogu dugoročnije da planiraju. Sirovinu moraju da donesu iz Turske, troškovi proizvodnje su previsoki, ne mogu da budu konkurentni, pa je isplativije da se kupi gotova roba napolju. I sami su nedavno ugasili proizvodnju dečjih patofni „Mihajlo“, jer nema radnika, mladi neće da se obrazuju za te poslove, svi bi u programere, ali Savović ipak veruje da će se situacija na tržištu poboljšati. ●

Radi se i za tuđu zaradu

Prema podacima Privredne komore Srbije, prošle godine je uvezeno tekstila u vrednosti od 753 miliona dolara, odevnih predmeta za 563 miliona, a obuće za 419 miliona dolara. U istom periodu izvoz tekstila vredeo je 288 miliona dolara, odevnih predmeta 823 i obuće 537 miliona dolara. Kroz maloprodajne lance prodalo se odeće vredne 1,07 milijardi, a obuće za 422 miliona dolara. Iako brojevi ne izgledaju loše, Milan Knežević kaže da ne odražavaju pravo stanje u tekstilnoj industriji, jer se uglavnom radi o long poslovima. To znači da naši proizvođači najpre preuzmu materijale, eventualno delimično sačinjenu odeću, što se evidentira kao uvoz, zatim finalizuju proizvod koristeći jeftinu radnu snagu i onda ga vrata istim inopartnerima od kojih su poluproizvod prihvatili, što se knjiži kao izvoz. Realnost doradnih poslova je obrazac prema kome troškovi ostaju u Srbiji, a zarada ide van nje, kao i činjenica da je naš stvarni izvoz beznačajan, nešto malo se plasira u Bosni i Crnoj Gori.

LEKOVI I MEDICINSKA OPREMA

Najjeftinije nije uvek i najisplativije

Država je redovnije platiša lekova i medicinske opreme nego privatne zdravstvene ustanove. Ali problem je u tome što su opredeljena sredstva nedovoljna za potrebe javnog zdravstva, posebno bolnica, pa se pacijenti maltene redovno šalju u apoteke da kupuju stvari koje nedostaju, kažu veletrgovci. Praksa da se u javnim nabavkama favorizuju ponude sa najnižim cenama na uštrb kvaliteta dovodi do čestog kvara medicinskih aparata i zato građani tu uslugu moraju da plaćaju u privatnim zdravstvenim ustanovama.

Piše: Marica Vuković

Poslovanje firmi u oblasti snabdevanja lekovima i medicinskom opremom u Srbiji odvija se u mnogo boljim uslovima nego pre nekoliko godina. Država je 2019. godine dugovala veledrogerijama oko 12 milijardi dinara, zbog čega su mnoge od njih, pogotovo one manje, strahovale da ne zapadnu u nelikvidnost, ali je izbegnuta situacija koja je tada zadesila Hrvatsku, da zbog dugovanja budu zaustavljene isporuke lekova zdravstvenim ustanovama.

Dogovorom Vlade Srbije i Fonda za zdravstveno osiguranje sa veledrogerijama napravljen je preokret, pa je Fond preuzeo obavezu da isporučenu robu direktno plaća veledrogerijama, umesto da to čine

zdravstvene ustanove koje koriste tu robu.

Dugovanja su rešena tako što je za te namene u budžetu obezbeđeno više novca i Fond ih je izmirivao po starosti. Takođe su i dugovi gradskih apoteka, koje su nadležnosti lokalnih samouprava, namireni potpisanim protokolima i reprogramima. Neke lokalne samouprave gde su apoteke likvidirane, osporavaju dugove ka veledrogerijama i ti sporovi se vode godinama.

Zahvaljujući dogovoru iz 2019. i njegovoj realizaciji 2020. godine, Srbija je korona virus dočekala sa likvidnim veledrogerijama, pa u vreme pandemije nije bilo nestašica ni lekova ni medicinske opreme. Veledrogerije su brzo i efikasno pro-

menile strukture robe kojom su snabdevale zdravstvene ustanove i apoteke, a rast konkurencije u snabdevanju najtraženijim proizvodima doprineo je padu cena.

Snabdevači lekovima i medicinskom opremom su se spasili od nelikvidnosti, ali ono na šta godinama ukazuju su propisi u javnim nabavkama koji favorizuju ponude sa nižim cenama robe, a na račun kvaliteta. Time je država samo privremeno na dobitku jer zdravstvene ustanove uštede na nabavci, ali ih ta nabavka kasnije više košta zbog toga što moraju da plaćaju popravke i servise skupih aparata. Usled nedostatka novca za održavanje opreme, u mnogim državnim zdravstvenim ustanovama se mogu videti obave-

štenja da im je neki aparat u kvaru, pa se pacijenti šalju u privatne bolnice.

Javne nabavke lekova i medicinske opreme su pogotovo bile netransparentne u vreme pandemije korona virusa. Vanredno stanje je bilo opravdanje da se skupe nabavke obavljaju mimo predviđenih procedura, najčešće direktnom pogodbom sa ponuđačem.

Zdravstveni budžeti se ne usklađuju sa rastom cena

Milan Milovanović, vlasnik i direktor Labre iz Niša koja snabdeva zdravstvene ustanove EKG elektrodama, elektrodama za defibrilaciju i materijalima za elektrohirurgiju, kaže za B&F da nema većih primedbi na sprovođenje javnih nabavki, jer se njihova transparentnost postiže time što se rade elektronski.

„Naručiocima primenjuju Zakon o javnim nabavkama, a od svake službe za nabavke u bolnici zavisi koliko je efikasna. Individualna je stvar kako koja služba za javne nabavke radi u bolnici, negde su efikasniji, negde nisu baš kompetentni. Ovo što mi radimo je godinama uglavnom isto, za nas nema nekih iznenađenja“, navodi Milovanović.

Naš sagovornik ističe da u ponudi ima dosta kineske robe i robe iz drugih azijskih zemalja čije su cene niže, pa je skoro nemoguće takmičiti se sa tim proizvođačima. Zbog toga su, tvrdi, proizvodi iz srca Evrope manje zastupljeni. „Cena je odlučujući faktor u kriterijumima za javne nabavke i ne postoji ograničenje za uvoz iz azijskih zemalja ako je roba registrovana u Agenciji za lekove“, objašnjava Milovanović.

Komentarišući trenutno stanje na tržištu medicinskog potrošnog materijala, direktor Labre konstatuje da je stabilnije nego pre nekoliko godina. „Stanje je stabilnije, ali sredstva koja se raspodeljuju zdravstvenim ustanovama za nabavku medicinskog materijala i lekova nisu dovoljna, to je većiti problem, pa se pacijenti često šalju u apoteke da kupuju

stvari za kojima vlada nestašica. To je redovna pojava i danas. Bilo bi lakše kada bi zdravstvene ustanove imale više sredstava za kupovinu lekova i materijala i svega što im treba“, kaže Milovanović.

Prema njegovim rečima, rokovi za naplatu robe su uglavnom 90 dana i plaćanje je najvećim delom korektno. Ima kupaca, kako je rekao, koji ponekad malo više kasne ili rade putem asignacija. Taj dug plaća Republički fond zdravstvene zaštite, a naplata je papirološki komplikovana, malo duže se čeka da se naplati račun, ali je naplata izvesna.

Direktor Libre navodi da njihov asortiman ima veliku konkurenciju i te robe ima dovoljno na tržištu, bez obzira na krizu u transportu i poskupljenja izazvana ratom u Ukrajini. „Uzevši u obzir da se bavimo uvozom i distribucijom medicinskih sredstava iz zemalja EU, nije bilo nestašica robe koju mi uvozimo, ali je bilo poskupljenja zbog rasta cena sirovina, gasa, transporta i svega ostalog. Neki proizvodi su poskupeli u nabavci i do 30 odsto, a budžeti za nabavku medicinskih sredstava ostaju isti iz godine u godinu i ne povećavaju se u skladu sa rastom cena na tržištu“, kaže Milovanović.

Najviše lekova iz uvoza

Kompanija Sopharma Trading – veleprodaja sa najvećim prihodom u farmaceutskom sektoru u Bugarskoj, počela je 2015. godine regionalnu ekspanziju ulaskom na srpsko tržište. Sada je jedna od vodećih kompanija u Srbiji u oblasti snabdevanja lekovima i medicinskim sredstvima, saraduje sa više od 2.500 državnih i privatnih apoteka za koje obezbeđuje preko 15.000 proizvoda – lekova na recept, OTC preparata, kozmetike, dodataka ishrani i hrane za specijalne namene, koje nabavlja od 350 domaćih i globalnih proizvođača.

Od 2020. godine snabdeva i bolnice i učestvuje u javnim nabavkama Republičkog fonda za zdravstveno osiguranje i Ministarstva odbrane.

Saraduje sa preko 300 centara primarne zdravstvene zaštite, bolnica, klinika, kliničkih centara, specijalizovanih instituta i ordinacija.

U kompaniji Sopharma Trading kažu za B&F da nepovoljna globalna dešavanja imaju uticaj na oblast u kojoj posluju, ali da uspevaju da nađu najbolje rešenje, i da se to ne oseti u zdravstvenom sistemu.

Prema rečima dobavljača kompanije, ima povremenih nestašica lekova iz uvoza, uglavnom zbog pomeranja zadatih rokova za proizvodnju. Dešava se da lek iz regulatornih razloga bude deficitaran, ali takve nestašice ne traju dugo i brzo se rešavaju.

„I u slučajevima smanjene isporuke lekova od proizvođača, Sopharma obezbeđuje kontinuitet u snabdevanju svih zdravstvenih ustanova sa kojima ima potpisan ugovor o saradnji“, ističu u bugarskoj kompaniji. Dešavale su se situacije, kako su potvrdili, da dobavljači isporuče manje količine od traženih.

Na pitanje da li nabavljaju lekove i od proizvođača iz Srbije, u kompaniji navode da je većina njihovih dobavljača upravo sa našeg tržišta. „Kupujemo proizvode u dinarima i udeo prometa tih proizvoda u ukupnom prometu je oko 80-85 odsto. Ali i u grupi domaćih dobavljača imamo strane kompanije koji imaju model poslovanja na našem tržištu da su same uvoznici svojih proizvoda, preko svojih pravnih lica registrovanih u Srbiji. Mi od njih kupujemo proizvode u dinarima, ali realno se radi o proizvodima koji stižu iz inostranstva. Ako tome pridodamo i činjenicu da imamo dosta dobavljača u domaćem vlasništvu koji prodaju proizvode koji se proizvode izvan Srbije, onda taj odnos značajno ide u korist inostranih proizvođača“, navode u preduzeću Sopharma Trading.

Predstavnici bugarske kompanije ističu da država na vreme izmiruje svoje obveze za isporučene lekove, dok produženje rokova plaćanja traži deo kupaca koji posluju u privatnoj praksi. ●

GRAĐEVINSKI
MATERIJAL I OPREMASvi nešto
čekaju

Sektor građevinarstva je u poslednjih nekoliko kvartala na klackalici, a posebno velike oscilacije su prisutne u oblasti izgradnje stambenih zgrada. Uspone i padove direktno osećaju i veletrgovci građevinskim materijalom i opremom koji su oslonjeni na ovaj sektor. Oni kažu da je primetna određena uzdržanost investitora, čak je počelo i ozbiljno kašnjenje u plaćanjima. Naravno, ne dele sve kompanije istu sudbinu, što su potvrdili i sagovornici B&F-a, ali većina ima poteškoća u poslovanju.

Piše: Vesna Lapčić

Miloš Popović sa Uba je dugo u poslu veleprodaje građevinske opreme. Na lageru njegove firme Optimus su skele, podupirači, grede, oplata, kranovi... U razgovoru za B&F kaže da pokriva celokupnu Srbiju, od Preševa i Bujanovca do Subotice, ali da na tržištu vlada zatišje, „kao da svi nešto čekaju“.



Nasmejao se na pitanje da li je to čekanje pred rast ili propast, uz opasku da je to teško precizirati, ali da je primetno da se pojavljuju problemi sa naplatom potraživanja. „Kupci kasne sa plaćanjem faktura. Činjenica je i da je obim posla ove godine nešto niži nego prošle“, napominje Popović.

Lane je došlo do naglog skoka cena, ali se tržište u veleprodaji smirilo i sada su cene stabilne, sa tendencijom pada, kaže naš sagovornik i do-

daje: „Toliko je sve nestabilno da je teško predvideti šta će biti naredne godine. Ali mi smo mala firma koja je navikla da se prilagođava svakoj situaciji, nismo zaduženi, pa se ne plašimo budućnosti“.

Tražnja na nizbrdici

Ova godina je drugačija od prethodne, potvrđuju za B&F i u kompaniji Knauf Insulation: „Sektor građevinarstva je u padu u odnosu na

prošlu godinu, pa je tako i tražnja u maloprodajama evidentno manja, možda i u poređenju sa nivoom pre korone. Razlozi su brojni, pomenimo samo inflaciju i finansijsku neizvesnost, visoke kamatne stope za kredite i nizak standard građana.”

Inflacija se odrazila na sve segmente privrede, pa i na građevinarstvo. Uticala je na porast cena sirovina, proizvoda i usluga, a samim tim i nekretnina i gradnje generalno, kažu u ovoj kompaniji i ističu: „Ovo je opet uticalo na smanjenu tražnju, pa su cene nekih građevinskih proizvoda počele da padaju i moguće je da će se takav trend nastaviti i u narednoj godini. Da li će se i kada ovo odraziti na smanjenje cena nekretnina, ostaje da vidimo.”

Beograd je, prema njihovim rečima, svakako najveće gradilište u našoj zemlji sa najvećom kupovnom moći, pa je i tražnja u glavnom gradu najveća. Slede ga Novi Sad i Zlatibor sa okolinom, a zatim veći gradovi u ostatku Srbije, Niš i Kragujevac.

Ko može toliko da „rastegne lastiš“?

Nedostatak gotovine je evidentan na tržištu, ističe za B&F i Svetlana Podrapović, vlasnica stovarišta građevinskog materijala DAS Tim iz Beograda, koja trenutnu situaciju opisuje kao „groznu“. Za stovarišta je posla bilo značajno manje tokom ove godine, a taj pad, prema njenim informacijama sa tržišta, iznosi oko 30 odsto. „Para nema u opticaju i baš je naporno i stresno za poslovanje. Prihvatamo poslove, a onda čekamo plaćanje. Čak i dogovorene rokove niko ne poštuje. Ukoliko se desi da neki klijent može odmah da plati 'odere nam kožu', jer moramo toliko da spustimo cenu da ostaje jako mala marža. Radimo na ivici žileta, samo da bismo isplatili platu radnicima“, žali se Podrapović.

Sagovornica B&F-a napominje da su u sličnoj situaciji i njene kolege na drugim stovarištima, sa kojima je svakodnevno u kontaktu. „Svugde je

takva situacija. Rade samo oni koji su dobavljači, posredni ili neposredni, za državne projekte. Ali tu se javio veliki problem oko naplate, jer se valute od 90 dana produžavaju i na pola godine. Veliko je pitanje ko može toliko da 'rastegne lastiš' i čeka te uplate. Nekada imam utisak da je cilj da se mali potpuno ugase i ostanu samo velike kompanije“, komentariše Podrapović, koja se pita koja to privreda može da opstane samo na velikima?

Najviše je plaši što se bliži zima, a godina nije bila takva da bi se lagano prezimilo.

„Za razliku od prošlih godina, cene sada jesu stabilnije, ali nema dovoljno gradilišta u privatnom sektoru. Nama je Beograd bio glavno tržište, a ove godine je to postalo Pančevo“, kaže vlasnica beogradskog stovarišta.

Zgradarstvo zaostaje i „zvanično“

Podaci Republičkog zavoda za statistiku (RZS) pokazuju da je vrednost izvedenih radova u stalnim cenama veća za 17,9 odsto u drugom kvartalu ove godine u odnosu na drugi kvartal prošle godine. Rast u oblasti stambenih zgrada je bio 13 odsto, a kod ostalih građevina 20,8 odsto. U drugom kvartalu 2023. vrednost izvedenih građevinskih radova u stalnim cenama povećana je u svim regionima, i to: u Vojvodini 47,1 odsto, južnoj i istočnoj Srbiji 26,3 odsto, Šumadiji i zapadnoj Srbiji 10 odsto, i u beogradskom regionu 0,2 odsto u odnosu na isti kvartal 2022. godine.

Istina, najveći deo izvedenih radova odnosi se na saobraćajnu infrastrukturu, zatim nestambene zgrade, a na trećem mestu su stambene zgrade. Međutim, razumljivo je što kompanije osećaju pad poslovanja, jer je građevinska aktivnost u prvom kvartalu ove godine bila manja za 0,5 odsto u odnosu na isti period prethodne godine, a vrednosti izvedenih radova u zgradama je opala za čak 20 odsto.

Vrednost izvedenih radova u prva tri meseca u stalnim cenama povećana je u Vojvodini za 13,1 odsto, i južnoj i istočnoj Srbiji za četiri odsto, a opala je u Šumadiji i zapadnoj Srbiji, (1,5 odsto) i u beogradskom regionu (12,1 odsto), u odnosu na isti kvartal 2022. godine. U poslednjem kvartalu 2022. taj pad je bio još veći i iznosio je 13,7 odsto u stalnim cenama u odnosu na četvrti kvartal 2021. Pad vrednosti izvedenih radova u zgradama je tada bio 12,8 odsto. Videćemo da li će se ova klackalica nastaviti i u narednom periodu, posebno u delu zgradarstva na koji je veletrgovina najviše oslonjena.

Posla će biti, ali i bankrota

Pojedini sagovornici B&F-a, međutim, kažu da još uvek ne vide nikakve promene na tržištu i da posluju uobičajenom dinamikom. Tako Ana Kocić, direktorka marketinga u kompaniji Uniprom, koja se već tri decenije bavi veleprodajom elektromaterijala i elektroopreme, kaže da je obim posla sličan kao i prošle godine, a najveća potražnja je u Beogradu. Ona naglašava da uprkos velikoj konkurenciji među veleprodavcima, u ovoj kompaniji u narednoj godini očekuju rast poslovanja.

U Knauf Insulation ocenjuju da će ovu godinu obeležiti neizvesnost i predviđaju da će se takva situacija nastaviti i naredne, što će sigurno uticati na uzdržanost investitora u pogledu direktnih investicija i novogradnje. „Sa druge strane, država najavljuje nekoliko velikih novih projekata i nastavak subvencija za energetske efikasnost, koje bi, po našem mišljenju trebalo da budu značajnije i sveobuhvatnije nego što su sada“, smatraju naši sagovornici, uvereni da će, i pored toga, sigurno biti posla i sledeće godine.

Takvu sigurnost ne mogu da imaju manje firme, uključujući i veletrgovce građevinskim materijalom i opremom, koje su prema dosadašnjem iskustvu uvek najveće žrtve u svim velikim krizama. ●

POGREBNA OPREMA

Smrt nije
jedino
sigurno
zanimanje

Industrija pogrebne opreme u Srbiji je jedna od retkih u kojoj dominiraju domaće firme, ali je zato konkurencija među njima ogromna, posebno na jugu zemlje gde je ova delatnost najzastupljenija. Njena specifičnost je i u tome da su proizvođači ujedno i trgovci, koji neke od proizvoda plasiraju i na stranom tržištu, poput garnitura za sanduke i veštačkih venaca. Suprotno uverenju javnosti, pandemija je pogoršala situaciju i u ovom sektoru zbog ogromnog poskupljenja repromaterijala, a snabdevanje je dodatno iskomplikovao rat u Ukrajini.

Piše: Biljana Ljubisavljević



Foto: Panyawat Auitpol, Unsplash

Prva asocijacija na pomen „pogrebnik“ i „pogrebno preduzeće“ mnogima u Srbiji je kulturni film jugoslovenske kinematografije „Maratonci trče počasni krug“ i nezaboravne scene iz ovog ostvarenja režisera Slobodana Šijana i scenariste Dušana Kovačevića. Ali reč je zapravo o ozbiljnoj industriji koja u našoj zemlji zapošljava više hiljada ljudi, a o kojoj se uglavnom vrlo malo zna. Osim što je izvor prihoda za brojne porodice, ova delatnost utiče i na razvoj drvne i tekstilne industrije i proizvodnju boja i lakova.

Za razliku od drugih grana privrede u kojima značajnu ulogu igraju proizvodi iz uvoza, na domaćem tržištu i u veleprodaji opreme za organizovanje sahrana, nalaze se skoro isključivo proizvodi domaćih proizvođača. Specifično je i to što se proizvođači sanduka, venaca, pokrova i drugih proizvoda neophodnih za ispraćaj pokojnika bave i velikoprodajom i skoro da nema specijalizovanih velikoprodajnih firmi.

Pandemija korona virusa promenila je značajno poslovne prilike i u ovom sektoru, ali ne na bolje, kao što to izgleda na prvi pogled. Vojni sukob u Ukrajini doneo je dodatne

poteškoće. Proizvođači i prodavci pogrebne opreme jednoglasni su u ocenama da smrt nije jedino sigurno zanimanje, kao što to kaže jedan od junaka filma „Maratonci trče počasni krug“.

Prema rečima zaposlenih, osnovni problem sa kojima se susreću preduzeća koja se bave proizvodnjom i prodajom pogrebne opreme je stalni rast cena repromaterijala, dok je s druge strane kupovna moć građana ograničena. Osim toga, na domaćem tržištu vlada velika konkurencija, naročito na jugu zemlje, a manjak kvalifikovane radne snage koji opterećuje mnoge grane privrede, nije zaobišao ni proizvođače pogrebne opreme.

Uvoz PVC folija iz Rusije postao neisplativ

Predsednik Udruženja pogrebnička Srbije i vlasnik firme „Had international“ iz Niša Ivan Stanisavljević kaže za B&F da je rast cena materijala svakako najveći problem, jer gotovo svakodnevno sve poskupljuje – drvo, ekseri, konac, platno, PVC folija, ali i radna snaga....

„Proizvođači sanduka, garnitura za sanduke i pratećeg tekstilnog

programa, veštačkih venaca - svi se nalazimo u istoj situaciji. Teško se uklapamo u cene koje su prihvatljive domaćem tržištu. Ponekad cene i moraju da se povećaju, nekad rast cene proizvodnje ide na račun marže“, objašnjava Stanisavljević, čija se firma bavi i proizvodnjom i velikoprodajom venaca od veštačkog cveća.

Prema njegovim rečima, izvoze se proizvodi poput garnitura za sanduke i veštačkih venaca, ali jako malo sanduka. „Za izvoz pogrebnih sanduka potrebno je da se postignu određeni kvalitet i standardi. Ispunjavanjem tih uslova ne bismo imali ove cene sanduka koje sada imamo. Imamo jedno preduzeće koje izvozi u inostranstvo, ali su njegovi proizvodi skoro duplo skuplji od onih kojima se kod nas trguje. Mušterije svakako ne prepoznaju da li su tokom proizvodnje ispoštovani određeni standardi i ne bi prihvatili dvostruko više cene. Ljudi su u tim situacijama u šoku i koliko god im objašnjavali da je sanduk skuplji jer je urađen od takvog i takvog drveta, da su poštovani standardi, neće im apsolutno ništa značiti. Njima je kovčeg – kovčeg“, komentariše Stanisavljević.

Naš sagovornik navodi i da je proizvođačima i prodavcima venaca od veštačkog cveća uvoz PVC folije iz Rusije postao neisplativ. „Mi možemo da platimo PVC foliju, ali ne možemo da je dopremimo uz troškove koje smo nekada imali. Ranije su se te folije dovozile iz Ruske Federacije kamionima koji su u tu zemlju odvozili voće sa domaćih plantaža. Od kada je krenuo rat u Ukrajini izvoz našeg voća je stao. Zato bismo morali da plaćamo posebne ture koje bi išle preko Ukrajine, Belorusije ili Crnog mora, a troškovi prevoza bi bili ekstremno visoki. Naše proizvode sa tom cenom prevoza ne bi imao ko više da kupi. Za sada još trošimo rezerve repromaterijala, videćemo šta ćemo dalje. Trenutno, zbog nemogućnosti da nabavimo repromaterijal, ne prihvatamo nove kupce“, ističe Stanisavljević.

Prema njegovim rečima, uvoz PVC folija iz Kine ne dolazi u obzir, zbog opasnosti da se u foliji nađe azbest, čije je prisustvo u proizvodima kod nas zabranjeno. Dodaje da u Srbiji svega nekoliko preduzeća proizvodi vence od veštačkog cveća, jer se radi o malo većoj investiciji za taj vid proizvodnje, ali je na drugoj strani proizvođača i prodavaca mrtvačkih sanduka na desetine i to posebno na jugu zemlje.

Nelojalna konkurencija

„Konkurencija na tržištu je ogromna, posebno u Leskovcu, jer je u tom gradu ranije postojalo komunalno preduzeće za izradu sanduka, a nakon njegovog zatvaranja maltene svi radnici koji su ostali bez posla otvorili su sopstvenu firmu. Najmanje 20 firmi u tom gradu bavi se proizvodnjom i velikoprodajom pogrebne opreme. U svakom većem mestu na jugu Srbije imamo takve firme. Niš je imao jedno preduzeće, sada ima četiri ili pet, Aleksinac tri, dok ih na severu zemlje gotovo nema. Tokom korone, na jugu Srbije otvoren je i veliki broj pogrebnih radnji. U Nišu ih je sada tridesetak, u Kruševcu devet, u Paraćinu 11, u Knjaževcu osam, dok recimo Subotica ima samo tri privatne pogrebne radnje i jedno javno komunalno preduzeće“, nabraja Stanisavljević.

Prema njegovim rečima, konkurencija na tržištu pogrebne opreme na jugu Srbije je velika, a zbog manje kupovne moći stanovništva cene značajno niže nego u Beogradu i na severu zemlje. Ljudi kupuju samo ono što je najneophodnije za sahranu, nema luksuza i preterivanja. S druge strane, nagli rast broja firmi koje se bave maloprodajom pogrebne opreme na jugu Srbije izaziva veliko nezadovoljstvo kod onih sa dugom tradicijom u ovom poslu, jer deo novoosnovanih preduzeća ne ispunjava uslove koje propisuje Zakon o komunalnim delatnostima, tvrdi Stanisavljević i dodaje:

„Država za sada ništa nije preduzela oko sprovođenja regulative na terenu. Iz nadležnih ministarstava su nam kazali da će krenuti sa kontrolama na terenu i da će doneti neke izmene i dopune Zakona o komunalnim delatnostima. Prvenstveno se misli na uvođenje licenci, tako da će oni koji ostanu bez licenci a nastave da rade, raditi nelegalno“.

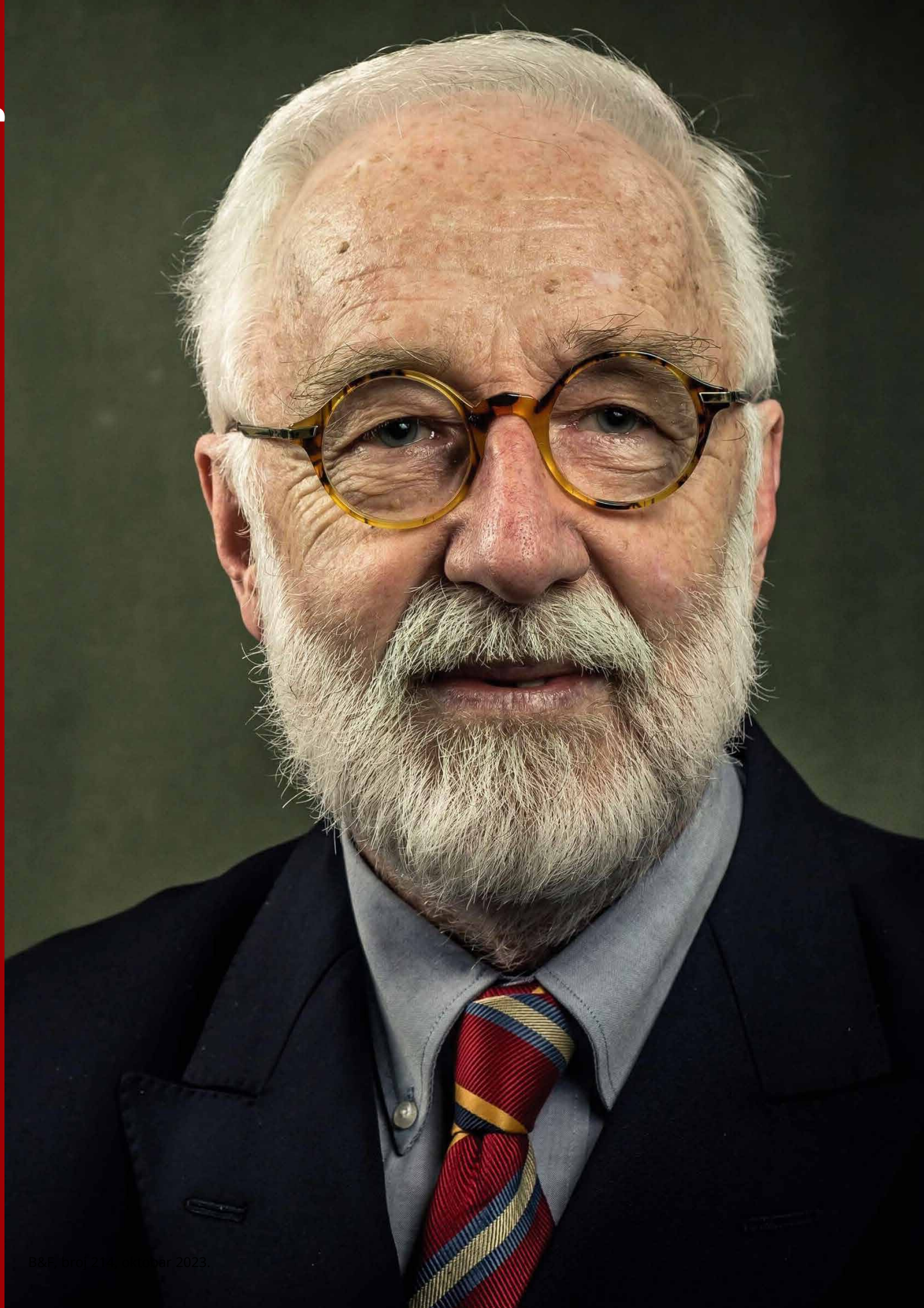
Lokalizacija shodno lokalnim običajima

Mario Stojanović, vlasnik firme „Lesko-trade“ iz Leskovca koja se bavi proizvodnjom i velikoprodajom garnitura za pogrebne sanduke, peškira, šalova, košulja i ostalih stvari koje nose članovi porodice koja je u žalosti, potvrđuje za B&F da je na domaćem tržištu pogrebne opreme konkurencija ozbiljna.

„U svim delovima zemlje postoje firme koje se bave proizvodnjom i velikoprodajom garnitura za sanduke i ostalog programa od tekstila. Konkurencija je raspoređena tako da pokriva doslovno svaki delić Srbije. Domaće tržište je specifično jer se u različitim krajevima poštuju različiti običaji i traže različite stvari. Firma koja prva ispoštuje zahteve ljudi sa određenog područja, izdvaja se kao lider na tom tržištu“, objašnjava Stojanović.

Prema njegovim rečima, veliki uticaj na asortiman i modele garnitura koje su zastupljene kod nas imala su evropska tržišta, tako da se sada deo proizvodnje domaćih firmi izvozi u evropske zemlje. Stojanović takođe ukazuje na teškoće koje imaju proizvođači pogrebne opreme u formiranju cena svojih proizvoda, zbog drastičnog poskupljenja repromaterijala, od dugmića, preko konca, do tkanina, kao i zbog skupljih energenata i povećanja cene rada.

Što se tiče obima proizvodnje, velikoprodaje i maloprodaje, Stojanović kaže da se posao, nakon korone, vratio na nivo pre izbijanja pandemije. ●



HADŽI IVAN REDI, ARHITEKTA

Gradovi se ne grade za jednokratnu upotrebu

„Prilikom gradnje potrebno je da se poštuju kriterijumi i merila, ali je očigledno da je umesto toga jedino važno da neko ima parcelu i gleda da je izgradi što je moguće više. To što neće biti parčeta zemlje na njoj, što nema nijedne vlati trave – koga je briga za to? Kada kiša pada nema zemlje koja bi je upijala, tako da nam se sada dešavaju poplave posle svake kiše. Nove generacije mladih arhitekata bi po mom mišljenju morale tome javno da se suprotstave. Tako sam i ja postupao i zbog toga sam platio ne malu cenu, ali zato i sada mogu mirno da spavam“, ističe poznati niški arhitekta Hadži Ivan Redi, koji se ovom profesijom bavio više od pola veka u zemlji i inostranstvu, a učestvovao je u projektovanju nekih od najpoznatijih objekata u Nišu.

Piše: Biljana Ljubisavljević

Tri zgrade u Nišu koje imaju potpuno različitu namenu – Sportska hala „Čair“, Institut za patologiju i Tržni centar „Kalča“, povezuje jedan čovek. U procesu projektovanja ova tri objekta učestvovao je Hadži Ivan Redi, kome je više od pola veka arhitektura bila posao, ljubav i zadovoljstvo. Od brojnih uspešnih projekata u Nišu, a zatim u Gracu gde je živeo i radio 25 godina, najviše ga je dirnula izgradnja seoskih kuća u bespuću Kopaonika, nakon razornog zemljotresa 1985. godine. Iako se tokom celog svog radnog veka bavio slože-

nim građevinama, sebe opisuje vrlo jednostavno: „U životu sam, poput starih seoskih tronožaca, uvek imao tri oslonca – porodicu, posao i društveni angažman“.

● Završili ste Građevinsko-arhitektonski fakultet u Nišu. Zašto ste se opredelili za arhitekturu?

Hadži Ivan Redi: Moj praded a i deda su još u 19. veku bili građevinci. Otac je tu tradiciju prekinuo, a ja sam želeo da je nastavim i upisao sam građevinu u Beogradu. Međutim, posle dve godine shvatio sam da to nije posao za mene i upisao

sam arhitekturu u Nišu. Ona me je potpuno osvojila i njome sam se bavio čitav radni vek. Imao sam sreću da moj prvi posao bude u projektnom studiju „Arhitekt“, kome su bili povereni veliki i veoma zanimljivi projekti, poput Sportske hale „Čair“ i Instituta za patologiju. Kada sam iscrpeo sve što me je u tom trenutku zanimalo u projektovanju, prešao sam u Zavod za urbanizam. Tamo sam proveo sedam godina, a iz tog perioda moje karijere izdvojio bih moj rad na prvom Generalnom planu Prokuplja i prvom Detaljnom urbanističkom planu Mašinske industrije u Nišu.

● Vaše ime se vezuje i za izgradnju Tržnog centra „Kalča“, koji je devedesetih godina kada je izgrađen bio najveći objekat u Nišu, posle niške Tvrđave. Šta je bio Vaš posao u realizaciji tog objekta?

Hadži Ivan Redi: Pošto sam imao već dosta iskustva na složenim projektima, ponuđeno mi je da budem direktor Sektora za pripremu i izgradnju Trgovinsko-poslovnog centra „Kalča“. Moj zadatak je bio da organizujem projektovanje, obezbedim sredstva za izgradnju i stručnu podršku za potrebe investitora, Direkcije i Grada Niša. U tom procesu doživeo sam dva profesionalna poraza. U toku žiriranja nije usvojen predlog koji sam dao za najbolje rešenje i nije prihvaćen moj stav da je parking uslov bez koga se ne može izgraditi jedan ovakav tržni centar. Insistirao sam na parking u i ponudio tri rešenja – jedno je bilo garaža na krovu, drugo je bila podzemna garaža, a treće da se garaža nalazi na prostoru iza Narodnog muzeja. Ipak, doneta je odluka da tržni centar bude izgrađen bez parkinga.

● Kako ste reagovali na takav ishod?

Hadži Ivan Redi: Bilo je još i nekih stvari u procesu finansiranja sa kojima nisam mogao da se složim, tako da sam se zahvalio na direktorskoj plati i prihvatio posao referenta u

Sektoru za uređivanje građevinskog zemljišta. U to vreme bio sam predsednik Saveza arhitekata Jugoslavije i mnogi su se čudili zašto sam to uradio, ali shvatio sam da moram da čuvam svoj integritet. Rekao sam: „Na vama je da odlučite kako će se graditi, ali ja želim da stanem uspravno i kažem to što mislim, a ne da se saginjem“.

● Imali ste veoma bogatu i zanimljivu karijeru. Da li biste mogli da izdvojite projekat koji je za Vas posebno značajan?

Hadži Ivan Redi: Doživeo sam tokom karijere mnogo toga, ali me je najviše dirnula izgradnja kuća u bespuću Kopaonika, nakon razornog zemljotresa 1985. godine. Vlada Srbije uradila je projekte više različitih tipova kuća, ali ljudima je trebala stručna pomoć oko izgradnje. Obilazili smo planinska sela „Ladom“, pronalazili ih uz pomoć karte i kompasa. Sećam se da smo u rano jutro došli do jedne kuće i zakucali na vrata. Ljudi su nas dočekali kao svoje najmilije, a meni su kao položajniku poklonili vunene čarape i tkanice koje i dan-danas čuvam.

● Šta Vas je motivisalo da nakon dve decenije rada u Srbiji, karijeru nastavite u inostranstvu?

Hadži Ivan Redi: Supruga i ja živeli smo u Nišu kao sasvim običan bračni par, nismo pripadali krugu bogatih ljudi. Imali smo jedno vreme pristojne plate i verovali smo da ćemo za naše troje dece obezbediti dobro školovanje. Međutim, u prvoj polovini osamdesetih naša primanja su se smanjivala, a nismo bili od onih ljudi koji su umeli da zarađuju izvan svog posla, ni ja kao arhitekta, ni ona kao nastavnica matematike. Jedan događaj je ubrzao našu odluku da odemo u inostranstvo. Supruga i naša ćerka koja je najmlađe dete vraćale su se iz nabavke i ćerka je, prolazeći pored piljare, zatražila da joj supruga kupi banane, a ona nije imala novca. Nakon toga smo odlučili da najpre ja potražim posao u ino-

stranstvu, a da mi se posle godinu dana pridruže supruga i deca.

● Zašto ste se opredelili baš za Grac?

Hadži Ivan Redi: Odlučili smo se za Grac jer je, između ostalog, bio samo 60 kilometara od granice naše tadašnje države. U imeniku sam našao deset adresa arhitektonskih biroa i poslao im svoju biografiju. Njih pet mi je potvrdno odgovorilo, a prvi u koji sam otišao mi se veoma dopao. Počeo sam da radim u januaru 1989. godine, a već u jesen došla je i supruga sa decom. Nakon penzionisanja supruga i ja smo se vratili u Niš, ali je na žalost ona pre četiri meseca preminula. Deca su ostala u Gracu, imaju i svoje porodice, a sin je nastavio porodičnu tradiciju, arhitekta je i u mnogim stvarima me je nadmašio.

● Kako ocenjujete trenutno stanje u profesiji kojom ste se bavili?

Hadži Ivan Redi: Sve češće viđam lepe objekte i mislim da stasavaju generacije arhitekata koje uspevaju da objekat dobro izgleda spolja, a što je za mene još važnije, da istovremeno bude funkcionalan. Ima nešto drugo „što nevesti svadbu kvari“. To je proces planiranja i građenja. Mnoge karike su pokidane, mnogi principi su dovedeni u pitanje. Imam utisak da se pronalazi suviše mnogo rupa u zakonu i da se grade objekti koji ne vode gradu kao celini. Vode ka gradu koji je sastavljen od suprotstavljenih celina, a pri tome jedna celina guši drugu. Imamo blokove u kojima zgrade štrče svaka na svoju stranu. Grad nije nešto što se gradi za jednokratnu upotrebu. Grad se gradi za večnost.

● Da li delite utisak da građevinski investitori u Srbiji nastoje da unište i poslednje drvo u gradovima?

Hadži Ivan Redi: Prilikom gradnje potrebno je da se poštuju kriterijumi i merila, ali je očigledno da je umesto toga jedino važno da neko ima parcelu i gleda da je izgradi što je moguće više. To što neće biti

parčeta zemlje na njoj, što nema nijedne vlati trave – koga je briga za to? Kada kiša pada nema zemlje koja bi je upijala, tako da nam se sada dešavaju poplave posle svake kiše. Nove generacije mladih arhitekata bi po mom mišljenju morale tome javno da se suprotstave. Tako sam i ja postupao i zbog toga sam platio ne malu cenu, ali zato i sada mogu mirno da spavam, zadovoljan sam onim što sam uradio.

● Svedoci smo da na mestima gde su se nalazile stare građevine, neke od njih čak i zadužbine, niču višespratnice. Kako su evropski gradovi sačuvali stara gradska jezgra?

Hadži Ivan Redi: Gradovi u Evropi vrlo su rigorozni kada su u pitanju stari delovi grada. U jednom delu Pariza mogu da se grade moderne građevine, ali nezamislivo je da se u blokovima koji su formirani u drugim epohama nađe neka nova zgrada koja svojom visinom remeti postojeći sklad. U Gracu postoji specijalna Komisija za stari grad, sastavljena od eminentnih stručnjaka, koja isključivo brine o starom gradu i njegovoj zaštiti. Nije dovoljno da samo neki objekat stavimo pod zaštitu države, a da se ne vodi računa o konceptu izgradnje novih objekata. Šta nam vredi zaštita na papiru, ako ne brinemo o tom objektu? To moramo da rešimo sistemski, da onaj ko stavlja objekat pod zaštitu ima sektor koji će brinuti o starim građevinama. Nedopustivo je da nam objekti koji su pod zaštitom budu najlošije očuvani. Svakako, nedopustivo je i da se ruši nešto, što je neko zaveštao, dakle ostavio „na polzu narodu“.

● Možemo li mi kao građani nešto da preduzmemo u situaciji kada gradove u kojima živimo sve više „pritiskaju“ beton i soliteri?

Hadži Ivan Redi: Svako može u svom mikro prostoru da obezbedi zelenilo, makar na nekoliko kvadrata. Treba poraditi na zelenilu među gradskim blokovima, kako bismo obezbedili prostor dostojan ljudi. ●

Vaš biznis za korak ispred svih

Uskladite poslovanje svog malog ili srednjeg biznisa sa ESG zahtevima, pokažite da brinete o ograničenim prirodnim resursima, svojim zaposlenima i lokalnoj zajednici i malim koracima stignite do velikih poslovnih prilika.



**10
BIZIT**

8 i 9. XI 2023.

Hotel Jugoslavija,
Nikole Tesle 3, Beograd

Deseta jubilarna
BIZIT konferencija

ZNANJE VREDI, NEZNANJE KOŠTA!

10 TEHNOLOŠKIH TRENDOVA, ZA **10** NAREDNIH GODINA

PRIJAVITE SE

www.bizit.rs

GLAMUROZNA PRODAJA NEIZGRAĐENIH KVADRATA

Još malo pa Diznilend

Investitori koji grade na hiljade kvadrata odjednom nastoje da stambene i poslovne objekte u ovakvim kompleksima što više prodaju unapred, pa se za te svrhe priređuju glamurozne promocije. One služe da prikažu bogatstvo i moć investitora, ali i da kupcu pošalju poruku kako je i sam pripadnik elite. Masovna prodaja stanova se pretvara u Diznilend i zato da bi se jedan kupac dugoročno „umnožio“, tako što će od istog investitora objekte kupiti njegovi rođaci, prijatelji i deca kada odrastu. Glamur, međutim, ne podrazumeva da se u ponudi jasno istakne kolika će biti krajnja cena kvadrata kada se objekat izgradi.

Piše: Aleksandra Galić

Za novi stambeno-poslovni kompleks na Slaviji još nije iskopana ni temeljna jama, ali promocija i prodaja su uveliko počeli. I to ne bilo kako, već velikim događajem za odabrane zvanice u Belom dvoru, svetlosnim efektima vatre, vode i lava, 3D prikazom budućeg kompleksa i na kraju koncertom Zdravka Čolića. Nisu izostali ni reklamni tekstovi u medijima, u kojima se ističe da će upravo ovo naselje doneti „duh Pariza i Njujorka u Beograd“, „nov koncept življenja, luksuzan, udoban, funkcionalan, istovremeno i u srcu grada i skriven od gradske gužve“, te da će „doprineti da se Beograd učvrsti na poziciji savremene svetske metropole“.

Sličnu priču, o nekretnini koja menja život i donosi sreću i blagostanje, za prodaju koristi i graditeljski projekat Beograd na vodi, koji je ovakav način promocije „kvadrata na neviđeno“ praktično i započeo. Danas

je veliki deo naselja izgrađen, svako može da vidi kako izgledaju „elitne“ zgrade i okolna infrastruktura, ali i pored toga oni koji prodaju te stanove ne štede na rečima hvale. Tvrdi da je to „bajkovito okruženje koje pruža sve mogućnosti za ispunjeno slobodno vreme sa porodicom i prijateljima“, i povrh toga „monumentalni projekat urbane revitalizacije, kojim nastaje novo gradsko jezgro i nova međunarodna destinacija“. Pa, kod koga prođe.

Deo „ekskluzivne zajednice“, bar tako obećavaju agenti za nekretnine, može se postati i kupovinom stana u kompleksu koji je nedavno počeo da se gradi, „Sava residence“ na Voždovcu. Ono što već sada izdvaja buduće naselje od ostalih je nesvakidašnja reklama, u kojoj se kao glavna prednost ovog „savršenog porodičnog doma i investicione prilike“ ističe još savršenija lokacija – tačno preko puta Specijalnog suda! Ovaj kompleks inače gradi porodica Karić.

Kule i gradovi, ali nigde cene

Ma koliko promovisali sopstvenu različitost, sve navedene primere povezuje isti način prodaje. Cena kvadrata nigde nije jasno istaknuta, a potencijalni kupac za sve dodatne informacije mora da pošalje mejl, da se registruje, ostavi lične podatke i čeka da mu se javi agent zadužen za prodaju. Takođe, svi nude isplatu nekretnine u ratama, kako tek u fazi izgradnje, naplaćuju „rezervaciju“ za koju se umanjuje tek poslednja rata, i mahom svi stanovi koji se sada prodaju neće biti useljivi pre 2026. godine.

Ovakav koncept gradnje i prodaje se već „udomio“ na Zapadu, a sada polako stiže i kod nas, kaže za B&F Nedeljko Malinović, direktor agencije za nekretnine Legat i dodaje: „Taj koncept stanovanja gde je sve na jednom mestu, od parka do prodavnice, sa obezbeđenjem u svakom ulazu, daje ljudima neki osećaj sigurnosti. Moj utisak je da mladi vole da kupuju stanove koji se tu nalaze“.

Malinović, koji se trgovanjem nekretninama bavi skoro četvrt veka, primećuje da dobra reklama i te kako ima uticaj na prodaju, kao i da kupci nekad gledaju više lokaciju nekretnine, nego kvalitet materijala. Iz dugogodišnjeg iskustva zna i da „poslednju reč“ u odabiru nekretnine uvek ima žena, kao i da ukoliko je kupatilo lepo, renovirano ili barem „ušminvano“, ta nekretnina se brže proda. Takođe, i sam ulaz u zgradu nekada zna da bude odlučujući faktor.

„Jednom našem poznatom fudbaleru našao sam sjajan stan. Kada sam mu poslao slike i snimak stana, i on je bio oduševljen. Ali, pošto je došao i video kako izgleda ulaz u zgradu, nije hteo ni da pogleda stan, i odmah je odustao od kupovine. Primetio sam i da mlađi kupci više vole nove zgrade. Oni idu likom da je kod starih zgrada potrebno veće održavanje, a za nove se nadaju da bar 20 godina neće morati ništa veliko da popravljaju“, objašnjava Malinović, koji ne krije da nije pristalica kupovine stanova u izgradnji.



Foto: Analogicus, Pixabay

Prema njegovim rečima, u takvim situacijama uvek iskrasne neki problem, naročito ako je investitor fizičko lice ili manja firma. Kao primer navodi i slučaj zgrade u beogradskom naselju Zvezdara, gde je investitor bankrotirao, a kupci sami završavali stanove.

Masovna prodaja upakovana u luksuz

Iako možda deluje da prodaja stanova u luksuznim naseljima u izgradnji ide kao po loju i da je sve rasprodato i pre nego što je prvi šip zaboden u zemlju, realnost je nešto drugačija, kažu dugogodišnji poznavaoци tržišta nekretnina u Srbiji. Upravo ta potreba da se ogroman broj kvadrata rasproda što pre, donela je i nov način promocije nekretnina, glamurozne događaje sa muzičkim zvezdama, takozvane „prodajne dane“, sitne poklone uz kupovinu, razgledanje budućeg stana u 3D formatu uz kafu i vino.

„Kupoprodaja nekretnina se nije suštinski promenila, samo su došli investitori koji odjednom grade hiljade kvadrata, a to zahteva i drugačiji sistem prodaje. Delimično su

ga preuzeli sa Zapada. Ti investitori ne prodaju stanove preko manjih agencija, već angažuju jednu, veliku, koja najčešće radi samo za njih. Oni prave tipske ugovore o prodaji, i slobodno mogu da kažem da je sve to masovna prodaja, mada je predstavljena kao luksuz“, kaže za B&F Kaća Lazarević, vlasnica istoimene agencije za nekretnine koja posluje u ovoj oblasti duže od tri decenije. Prema njenom iskustvu, najčešći kupci ovakvih nekretnina su „politički establišment“, estrada i naši ljudi koji žive i zarađuju u inostranstvu.

„Veliki, glamurozni događaji koji se prave kako bi najavili izgradnju nekog stambenog kompleksa služe da se pokaže moć i bogatstvo tih investitora. Ali i da se dodvore kupcima koji imaju novca da plate te skupe kvadrate, i kupe baš kod njih, a ne kod nekog drugog. Dakle, da uzdignu kupca“, konstatuje Lazarević.

Kupi kartu i povedi svakog koga znaš

Drugačije mišljenje iznosi Miroslav Cvetković, direktor agencije za

nekretnine Cvetković-Roškov, koja je sada deo KellerWilliams grupe. „Mislili smo da su neki od velikih investitora doneli i novu filozofiju poslovanja. Sada ne prodajemo samo stanove, već i način života. Takoreći, stvaramo potrebu. A i klijenti su postali probirljiviji. Onaj ko ima novca da plati višu cenu kvadrata u nekom kompleksu, taj ne želi da traži parking mesto ili čisti sneg. Želi komforaniji život, gde između ostalog, izađe iz tople garaže i u istu takvu se vrati“, napominje Cvetković.

Prema njegovim rečima, stambena filozofija velikih investitora ima za cilj da se gradi doživotni odnos sa klijentom, a ne da se sve završi na jednoj nekretnini. Drugim rečima, važno je da se obezbede kupci i za buduću gradnju. Recimo, ako je kupac bračni par sa decom, investitor nastoji da za svoje klijente pridobije i njihovu rodbinu, prijatelje i naravno decu kada odrastu i dođe vreme da se odsele. „Posao sa nekretninama je dugoročan. Zato je važno napraviti od toga Diznilend – da klijent ponovo dođe, kupi kartu i povede svakoga koga zna“, ističe Cvetković. ●

KOJE KULTURE PEOVLAĐUJU U DOMAĆOJ ORGANSKOJ POLJOPRIVREDI

Voće na čelu, povrće na začelju

Domaći poljoprivrednici koji se bave organskom proizvodnjom ubedljivo najviše gaje voće, ali uprkos značajnom godišnjem rastu, ove površine čine manje od 3% ukupnog zemljišta za gajenje voća. Poslednje tri godine primetno pada proizvodnja organskog industrijskog bilja i žitarica, ali najlošija vest je zanemarljivo učešće organskog povrtarstva.

Piše: Marina Vučetić

Površina pod organskom proizvodnjom u Srbiji je u poslednjih pet godina uvećana za 300%, sa prosečnom godišnjom stopom rasta od preko 9%. Tokom ovog perioda, prosečna površina u sistemu organske proizvodnje iznosila je nešto manje od 8.500 hektara, dok je približno 6.500 hektara i dalje u procesu konverzije. Najzastupljenije biljne vrste koje se uzgajaju na ovakav način su voće, industrijske biljke, žitarice i povrće.

Ipak, ova grana poljoprivrede u Srbiji značajno zaostaje za svetskim i evropskim prosekom u pogledu procenta angažovanog poljoprivrednog zemljišta, kao i u raznovrsnosti organskih proizvoda, pokazuje najnovije istraživanje novosadskog Poljoprivrednog fakulteta i beogradskog Instituta za ekonomiku poljoprivrede.

U organskoj proizvodnji biljaka ubedljivo dominira voće, koje zauzima više od 37% ukupne površine namenjene ovakvom uzgoju. Prosečna površina na kojoj se organski gaji voće raste godišnje za skoro 16% i dostigla je 3.155 hektara, dok je u statusu konverzije više od 1.660

hektara. No, i pored ovakvog „sprinta“, ove površine čine manje od 3% ukupnog zemljišta na kome se uzgaja voće u našoj zemlji.

Malina najomiljenija, višnja u zaletu

Bez obzira na razlike koje dele konvencionalne i organske poljoprivrednike, i jedni i drugi su najodaniji malini. Ona ima više od trećine udela u organskoj proizvodnji voća na srpskom tržištu, a slede jabuka, šljiva, višnja i kupina. Navedene voćke zajedno predstavljaju gotovo 94% ukupne organske proizvodnje voća kod nas. Zanimljivo je da poslednjih godina najveći rast beleži višnja, više od 35%, dok je „najsporija“ jabuka, čija organska proizvodnja raste nešto iznad 3% godišnje.

Geografija u proizvodnji voća, uključujući i organsko, bitno menja uobičajenu sliku koji regioni u Srbiji prednjače, a koji zaostaju. U ovom slučaju, ubedljivo vode Šumadija i Zapadna Srbija, sa više od polovine ukupnog poljoprivrednog zemljišta na kojima se gaji organsko voće, preko dve petine pripada Južnoj i

Istočnoj Srbiji, Vojvodina ima udeo od samo 6,5%, ali najviše zaostaje Beograd sa svega 11 hektara površina, odnosno sa učešćem ispod 1% u organskom uzgajanju voća.

Industrijske biljke: tražnja raste, proizvodnja pada

Trenutno, na svetskom tržištu posebno raste tražnja za organskim industrijskim biljkama, najviše u proizvodnji hrane i pića, industriji stočne hrane, kozmetičkoj, farmaceutskoj i drugim delatnostima. Površine pod industrijskim biljkama u organskoj poljoprivredi kod nas uvećavaju se približno za oko 10% godišnje, ali je od pandemije korona virusa pa naovamo primetan značajan pad angažovanog zemljišta. Prosečna površina tokom poslednjih pet godina premašila je 2.000 hektara, međutim, u procesu konverzije je skromnih 33 hektara.

To upućuje da se u narednom periodu ne može očekivati značajniji rast organski proizvedenih industrijskih biljaka u Srbiji, koje ionako imaju udeo od svega 0,46% u ukupnoj proizvodnji ovih poljoprivrednih kultura. Bitan razlog za to je što su njihovi prinosi izloženi velikom riziku od bolesti koje mogu da izazovu štetočine, insekti i korov. Međutim, organsko sojino i suncokretovo ulje ima visoku tržišnu cenu, što kompenzuje ostvarene niske prinose i rizik u proizvodnji, te zato može biti dobar motiv za njeno povećanje, smatraju autori istraživanja.

Više od polovine zemljišta za organski uzgoj industrijskih biljaka namenjeno je proizvodnji suncokreta, slede soja i uljana repica, dok daleko manju površinu zauzimaju lan i konoplja. Navedene biljne vrste učestvuju sa gotovo 99% u strukturi ukupne površine pod industrijskim biljkama u sistemu organske proizvodnje. Najintenzivniji rast ostvaruju površine pod suncokretom, po prosečnoj godišnjoj stopi od skoro 27%, a najmanji pod uljanom repicom, po stopi od 1,6% godišnje.

Posmatrano po regionima, u organskoj proizvodnji industrijskih biljaka ubedljivo prednjači Vojvodina, na drugom mestu su Južna i Istočna Srbija, dok Šumadija, Zapadna Srbija i Beograd nemaju veliki značaj.

Pšenica najzastupljenija među žitaricama

Kada je reč o organski proizvedenim žitaricama, angažovano zemljište raste za približno 7% godišnje, prosečna površina iznosi nešto manje od 2.800 hektara, dok je u procesu konverzije oko 1.700 hektara. Ali u poslednje tri godine je takođe primetan pad korišćenog zemljišta za organske žitarice, koje učestvuju sa svega 0,25% u ukupnoj proizvodnji ovih ratarskih kultura.

Poljoprivrednici u Srbiji najviše gaje organsku pšenicu, potom speltu, silažni kukuruz, kukuruz i raž. Izuzev kukuruza, kod koga se površine smanjuju tokom poslednjih pet godina, sve druge žitarice beleže rast površina za organski uzgoj. Najintenzivniji porast ostvaruje površina pod silažnim kukuruzom po prosečnoj godišnjoj stopi od gotovo 27%, a najmanji površina pod pšenicom od 5,6% godišnje.

U ovoj vrsti proizvodnje apsolutno dominira Vojvodina sa 86% ukupno angažovanih površina, slede Južna i Istočna Srbija gde se beleži i najveći rast u gajenju organskih žitarica, dok izrazito malo učešće imaju Šumadija, Zapadna Srbija i Beograd.

Prednost proizvodnje organskih žitarica je u tome što ona može jednostavno da se mehanizuje, usev može dobro i dugo da se skladišti,

„Organske“ razlike među regionima

Organska gazdinstva u Vojvodini su specijalizovana za proizvodnju manjeg broja biljnih vrsta, kao što su žitarice, industrijski usevi i povrće, dok je prosečna veličina gazdinstva veća od 10 hektara. Nasuprot tome, gazdinstva u Centralnoj Srbiji uglavnom su kooperativno vezana za privatna postrojenja za preradu. Njihova proizvodnja odvija se na malim površinama, a neophodne sirovine obezbeđuju kupci proizvoda.



a organska žita su veoma tražena na svetskom tržištu, posebno u razvijenim zemljama, ističe se u istraživanju.

Povrće u zapečku

Organsko povrtarstvo je najmanje razvijeno u Srbiji. Ono u ukupnoj proizvodnji povrća učestvuje sa svega 0,09%, prosečna površina koja raste za oko 2% godišnje iznosi skromnih 130 hektara, dok je u procesu konverzije oko 60 hektara. Kod nas se najviše gaji organski krompir, potom pasulj i paprika, dok manju površinu zauzimaju šargarepa i paradajz. Navedene biljne vrste učestvuju sa približno 38% u organskoj proizvodnji povrća. Najintenzivniji porast beleži površina pod pasuljem, po prosečnoj godišnjoj stopi od 21%, a najmanji površina pod paprikom, po stopi od 2,7% godišnje.

Gotovo tri četvrtine organske proizvodnje povrća odvija se u Vojvodini, na drugom mestu su Južna Istočna Srbija, nešto manje hektara imaju Šumadija i Zapadna Srbija, dok Beograd ima ispod 5% udela. Izuzev Vojvodine, svi regioni beleže pad angažovanog zemljišta za uzgoj organskog povrća, koji je najizraženiji na teritoriji Beograda.

Poljoprivredni stručnjaci ukazuju da potražnja za organskim povrćem ubrzano raste u svetu, posebno na zapadnoevropskom tržištu, ali srpski poljoprivrednici puštaju tu šansu iako naša zemlja ima sve uslove za isplativu proizvodnju. Tim pre, što za razliku od konvencionalne, u organskoj proizvodnji mali poseodi od pet hektara kojima raspolaže većina organskih proizvođača, ne predstavljaju prepreku za razvoj tržišta.

Naprotiv, angažovanjem većeg broja manjih obradivih površina za gajenje organskog povrća, kao i drugih biljnih kultura koje bi pretežno išle u izvoz, mogao bi da se zaustavi kolaps sela, smanji nezaposlenost seoskog stanovništva i podstakne razvoj malih i srednjih preduzeća za preradu i izvoz ovih proizvoda, zaključuje se u istraživanju.

Foto: Mae Mu, Unsplash



Video montaža

www.studiotrid.net
064/169-99-24

BEST Beograd i ove godine organizuje AIBG – intenzivno studentsko programersko takmičenje



AIBG
Belgrade



Ovog decembra, u noći između 9. i 10. lokalna grupa **Udruženja studenata tehnike Evrope, BEST Beograd** organizuje intenzivno studentsko programersko takmičenje **AIBG Belgrade** (Artificial Intelligence BattleGround Belgrade). Po šesti put zaredom na jednom mestu će se okupiti **16 timova**, koji će se takmičiti u izradi inteligentnog igrača (bot-a) za zadatu video igru. Svaki tim će imati na raspolaganju **20 sati**, nakon čega će botovi odmeriti snage u dve faze – grupnoj i finalnoj borbi. Tri najbolje rangirana tima osvojiće **vredne nagrade** u iznosu od 100 000, 50 000 i 25 000 dinara.

Cilj ovog takmičenja jeste da studentima **tehničko-tehnoloških, pri-**

rodno-matematičkih fakulteta i viših škola obezbedi priliku da priđu korak bliže profesionalnom svetu kroz rad na samostalnom projektu. Na ovaj način moći će da primene već stečena ali i da prošire svoja znanja o **veštačkoj inteligenciji i programiranju**. Paralelno će moći da razvijaju takmičarski i **timski duh**.

Pored centralnog takmičarskog događaja, pripremljen je i **dodatni sadržaj** – Make IT Learn MeetUp i WarmUp. Make IT Learn **MeetUp** za cilj ima informisanje svih zainteresovanih studenata o **trendovima u veštačkoj inteligenciji** i održaće se 20. novembra. **WarmUp** je niz uvodnih aktivnosti uoči samog takmičenja, namenjen je **isključivo takmičarima** i njegov cilj je da

na adekvatan način uvede takmičare u vikend koji je pred njima.

Udruženje studenata tehnike Evrope, BEST Beograd je međunarodna, neprofitna, apolitična studentska organizacija. Od svog osnivanja 2003. godine, lokalna grupa omogućava povezivanje, razmenu i saradnju sa studentima iz cele Evrope. Uloga BEST-a kao organizatora, ogleda se u tome, da se na jednom mestu povežu studenti, kompanije i Univerzitet.

Ukoliko si **ambiciozan student** i željan izazova – okupi ekipu od 3-4 člana, ili **se prijavi** individualno i isprobaj svoje programerske sposobnosti u ovom **intezivnom hakatonu!** Prijave će biti otvorene **od 08. do 26. novembra** na sajtu **aibg.best.rs**.

ILBE STUDIOS: PROIZVODNJA ANIMIRANIH FILMOVA U SRBIJI

Računari umesto olovke

Tehnologije su sve promenile, pa i način na koji se rade animirani filmovi, kaže Mileta Poštić, animator, univerzitetski profesor i storibord direktor domaćeg kreativnog studija za animaciju ILBE Studios u razgovoru za B&F o tome kako je Srbija proizvela svoj prvi animirani serijal koji beleži veliku gledanost u svetu.

Piše: Marija Dukić

Krajem septembra održan je „Novi Sad Film festival“, a od tri ostvarenja koja su prikazana u revijalnoj selekciji, dva je uradio kreativni studio ILBE Studios: „Puffins Impossible“, prvi animirani serijal proizveden u Srbiji, u kojem je glavnom junaku glas pozajmljivao američki glumac Džoni Dep, i „Prince of the Seas“, animirani dokumentarac o najvećem reformatoru Monaka. „Puffins Impossible“ je kreiran u „ILBE Studios“ i produciran u takođe domaćoj produkcijskoj kući „Archangel Digital Studios“. „Prince of the Seas“ je produciran u studijima „ILBE Studios“ i „Furuna Crafts“. Oba projekta podržalo je Ministarstvo kulture Republike Srbije.

„ILBE Studios“ je osnovala italijanska kompanija „ILBE Group“, čije je puno ime „Iervolino & Lady Bacardi Entertainment“, po dvoje svojih osnivača.

Jedan od njih je Andrea Iervolino, italijanski producent koji je dobar deo svoje karijere izgradio u Holivudu. On je pre tri i po godine doputovao u Srbiju na jedan filmski festival, i tu ga je zadesila pandemija korona virusa. Prinuden da produži boravak u našoj zemlji, raspitivao se kod glumca Miloša Bikovića o lokalnim potencijalima za razvoj animatorskog posla, a zatim se upoznao i sa Miletom Poštićem, animatorom i univerzitetskim profesorom iz ove oblasti.

Italijanski producent je na osnovu dobijenih informacija odlučio da započne poslovanje kod nas, čemu



je doprinela i Uredba o podsticajima investitorima da u Srbiji proizvode audiovizuelna dela. Ona inostranim filmadžijama garantuje povrat dela novca utrošenog na snimanje ili animaciju u Srbiji. To znači da će oni koji su ovde potrošili do pet miliona evra dobiti nazad 25 odsto od utrošenih sredstava, a oni koji su potrošili više, povrat od 30 odsto.

Početak usred korone

Sve zajedno podstaklo je kompaniju „ILBE Group“ da već sredinom 2020. godine otvori u Srbiji studio za animaciju, sa dva ogranka, u Beogradu i Novom Sadu. Mileta Poštić je imenovan za storibord direktora i menadžera internog trening centra. Storibord se inače redovno koristi prilikom kreiranja animiranih, a često i igranih filmova. U pitanju je crtanje scena koje tek treba da budu snimljene ili animirane, kako bi se filmskoj ekipi jasnije prikazalo šta je režiser zamislio.

Prvi i najteži zadatak novog studija bio je da pronađe kadrove, jer su

filmski radnici, a posebno animatori, deficitarne struke i u Srbiji i u svetu. Međutim, u Novom Sadu se još i mogu pronaći, jer ovaj grad, u srazmeri sa brojem stanovnika, ima više stručnjaka i studija za proizvodnju animiranih filmova, video igara i vizuelnih efekata, od naše prestonice.

„Na Fakultetu dramskih umetnosti u Beogradu je tek preprošle godine otvoren smer za animaciju, dok na Akademiji umetnosti u Novom Sadu on postoji već 20 godina. Ja sam ga osnovao i predajem na tom smeru, tako da sam upućen i u to sa kakvim znanjem studenti izlaze po diplomiranju“, kaže Poštić za B&F. To mu je bila olakšavajuća okolnost prilikom pronalaženja kadrova za „ILBE Studios“, čemu je značajno doprineo i Miloš Biković, koji im je bio partner u promociji na društvenim mrežama.

Već na početku rada ovog studija, Andrea Iervolino imao je veliki zadatak za „ILBE Studios“ - kreiranje animiranog serijala „Puffins Impossible“. To je spin-off italijanskog animiranog serijala „Puffins“, a oba su nastala

iz dugometražnog animiranog filma "Arctic Dogs" i zasnovana su na istim likovima. Do sada je napravljeno 90 epizoda ovog serijala za decu, koji je glavni posao ovog studija specijalizovanog i za druge animirane filmove i vizuelne efekte za igrane filmove i reklame.

„Puffins Impossible“ beleži veliku gledanost širom sveta, a zahtevna publika IMDB-a je ovaj serijal ocenila sa 8,1 od ukupno 10 bodova. Svuda gde se prikazuje, navodi se da je serijal proizveden u Srbiji, „što nije mala stvar za našu zemlju ali i za naš

crtano snimali filmskom kamerom, čekali dve nedelje na razvijanje filma, pa potom snimljeni materijal puštali preko projektora. Ti uređaji se danas više ne koriste“, kaže Poštić, već se sve radi na kompjuteru. Od početka do završetka rada na animiranom filmu sve se obavlja digitalno.

Inovacije su otvorile vrata za nove struke u proizvodnji animiranih filmova, ali su donele i nove troškove. Ipak, oni su prema Poštićevim rečima i dalje niži za opremu nego za plate animatora, čak i u Srbiji gde su zarade manje nego na razvijenim tržištima. Ali ova

ko inovativnih kompanija koje razvijaju najmodernija tehnološka rešenja za animaciju – od veštačke inteligencije do 4D skeniranja koje omogućava veoma realistične virtuelne likove.

Godine truda za jedan film

No, i pored ogromnog napretka tehnologije, proizvodnja animiranih filmova je složen i dugotrajan posao. Recimo, za dugometražni animirani film u trajanju od sat i po vremena, dok se napiše scenario, završe razvoj, produkcija i postprodukcija, najčešće



tim koji postoji tek tri godine“, ističe Poštić.

Digitalizacija čitave delatnosti

„Animacija je u poslednjih dve-tri decenije doživela ogromne promene. Većina ljudi i dalje zamišlja da crtači rade na papiru ili na Light Box-u, ali animacija više ne izgleda tako“, napominje Poštić i dodaje da su kvalitetni animatori i dalje traženi i dobro plaćeni, ali da sada rade manje posla nego ranije. Primera radi, u kreativnom studiju „ILBE Studios“ samo deo zaposlenih čine dobri crtači, dok ostali, čak i oni koji se bave 3D animacijom, ne moraju da budu talentovani za crtanje.

„Veliki deo posla rade i montažeri, softveraši, dizajneri, inženjeri, stručnjaci za svetlo, zvuk i mnoge druge profesije, jer se promenio način proizvodnje animiranih filmova. Sredinom devedesetih godina prošlog veka bio sam asistent u jednoj umetničkoj školi u Čikagu. Tada smo crtali na Light Box-u, zatim smo na-

Animacija i vizuelni efekti

„ILBE Studios“ pored animiranih filmova radi i vizuelne efekte za igrane filmove, reklame i druga audiovizuelna ostvarenja. Iako ih javnost često meša, vizuelni efekti se razlikuju od specijalnih. Specijalni efekti se rade analogno, što znači da se fizički napravi neka maketa i filmskim kamerama se snimi zamišljena scena, a vizuelni se rade digitalno. „Neki režiseri još uvek rade sa specijalnim efektima, ali najveći broj njih ipak koristi kompjutere, zato što im je to jeftinije i pruža više mogućnosti“, objašnjava Poštić i dodaje da „ILBE Studios“ najčešće radi uklapanje 3D likova i elemenata u isti prostor sa živim glumcem, digitalnu zamenu scenografija i slično.

oblast se toliko brzo razvija da studiji moraju neprekidno da ulažu u inovacije. Samo u Novom Sadu ima nekoli-

je potrebno od dve do pet godina.

Važan zadatak u tom poslu ima menadžer projekta, koji detaljno planira zaduženja svih članova ekipe. Takvi planovi su vrlo složeni i zato se često prave pomoću specijalizovanih softvera. Zatim na scenu stupa odeljenje koje se bavi razvojem. Ono radi na storibordu, koncept artu, dizajnu likova, pozadina i drugim elementima potrebnim za ulazak u produkciju. U produkciji se rade animacija, teksturisiranje, modelovanje, osvetljavanje i sve ono što čini film, koji se u postprodukciji doteruje tako što mu se dodaju efekti, zvuk, vrši kompoziting, kolor korekcija...

Ovi poslovi se rade detaljnije za filmove nego za serije, a preciznost i angažovanost filmske ekipe umnogome zavise i od budžeta za film. Primera radi, poznati američki studio "DreamWorks Animation" je animatorima koji su radili na filmu „Kako dresirati svog zmaja“ plaćao školu letenja da bi razumeli principe aerodinamike. Takve uslove srpski animatori nažalost još nemaju, ali i pored toga prave zapažene filmove i serije. ●

DA LI ŽIVOTINJE VARAJU?

Lažni pokojnik, lopov, pokeraš i zavodnik

Odbrana od neprijatelja, otimanje oko hrane i seksa predstavljaju tri glavna motiva oko kojih se igraju igre prestola u životinjskom carstvu i zbog kojih životinje lažu, krađu i služe se trikovima, čak i kada je reč o pripadnicima iste vrste.

Piše: *Bojana Maričić*

Gde je život, tu je i prevara. Možda deluje iznenađujuće, ali laž je prisutna od samog početka života na Zemlji, kao sredstvo za preživljavanje. Čovek je majstor laži i praktikuje je češće nego sve druge vrste zajedno. Ljudske prevare su daleko složenije, sofisticiranije i podstiču ih mnogo raznovrsniji motivi nego kod životinja i biljaka, jer je čovekov mozak najrazvijeniji.

Međutim, biološka i druga naučna istraživanja potvrđuju da su laži prisutne u ponašanju gmizavaca, ptica, sisavaca, riba, insekata i nekoliko vrsta biljaka, pa i kod bakterija. Kameleon koji menja boju, kako bi se prilagodio okruženju i postao neprimetan za predatore, čak je postao sinonim za prevrtljive ljude, koji u društvenoj džungli preživljavaju tako što se „okreću kako vetar duva“.

No, kameleon menja svoje boje i da bi nadmudrio konkurenciju, kada želi da se domogne neke ženke ili na „poslovnom planu“, pokušavajući da od suparnika prigrabi hranu. Odbrana od neprijatelja, otimanje oko hrane i seksa predstavljaju tri glavna motiva oko kojih se igraju igre prestola u životinjskom carstvu, veoma često i među pripadnicima iste vrste.

Lažna smrt

Jedna od vrlo raširenih obmana među životinjama u odbrani od jačeg neprijatelja je taktika „praviti se mrtav“, u čemu su oposumi vrhunski profesionalci. Kada se u njihovoj blizini pojave kojoti, lisice ili ptice grabljivice, oposumi lažiraju svoju smrt tako što prazne creva, ispuštaju neprijatan miris, oči im postaju staklaste i izlazi im pena na usta. Time šalju poruku ne samo da su mrtvi, već i da su inficirani nekom zarazom, što odvraća predatore koji nastavljaju potragu za drugim žrtvama.

Poznato je da pojedine vrste morskih pasa glume smrt tako što se stomakom okrenu prema gore, jer takav položaj izaziva mlitavost tela i jako usporava disanje. Jedna vrsta skakavaca koji žive u Japanu i doslovno „otegnu papke“ kada su u smrtnoj opasnosti, pošto toliko ukoče svoje noge da žaba jednostavno nije u stanju da ih proguta.

Životinje glume da su slabe i zato da bi, žrtvujući svoj život, spasile potomstvo. To je posebno uočljivo među pticama, koje se pretvaraju da su bolesne ili da im je slomljeno krilo, kako bi grabljivcu odvuikle pažnju od gnezda u kojem su njihova jaja ili tek izlegnuti ptići. Istraživači

su otkrili ovakvo ponašanje kod 285 različitih vrsta ptica, od kosova, vrbaca i slavuja, do fazana i pataka.

Poznati su i obrnuti slučajevi, kada lovac lažira sopstvenu smrt da bi prevario plen. Ciklidi, koje neki naučnici smatraju najinteligentnijim ribama, pretvaraju se da su mrtvi na dnu jezera kako bi namamili i pojeli svaku drugu ribu koju mogu da progutaju. Ipak, „doktor nauka“ u ovakvoj strategiji je lisica. Kada dođe u polje, glumi da je strvina, a među dramskim efektima je i jeziki koji joj visi iz usta. Za takav plen uvek ima mušterija, naročito među vranama. Njih će svaki put privući obilje mesa, čak i ako je malo ustajalo. Ali kada crni pernati gost krene da se posluži, iznenada se sam nađe u čeljustima lukave lije i završi kao njen obrok.

Ludačka odanost seksu

Pored ljudi, seksu je ludački odana većina biljaka, životinja i mikroba. Oni se, kao i čovek, uveliko lažno predstavljaju ne bi li privukli, odbili ili prevarili ljubavnog partnera, uključujući i primere da se i u ovom slučaju primenjuje taktika lažne smrti. Pošto ženke nekih paukova jedu mužjake svoje vrste, oni su razvili plan kako da to izbegnu i još da učare. Prikupe hranu, prilepe je za sopstveno telo i glume da su mrtvi, a kada halapljiva ženka krene da jede plen, on naglo oživi i pokuša da se sa njom pari. Obrnuti primer istraživači su zabeležili kod ženki vilinih konjica, koje prestanu da lete i sruše se na zemlju kao da su mrtve, pokušavajući na taj način da izbegnu parenje sa agresivnim mužjacima.

Ipak, većina životinja pribegava sitnijim lažima, poput nasrtljivog pevcu. Pošto kokoške nisu uvek raspoložene za ljubavne igre, umesto da besomučno juri za njima, pevac je pronašao udobniji način da dobije ono što želi. Oglašava se posebnim zovom, kojim lažno poručuje da je pronašao hranu, pa kada



Foto: Karen, Unsplash

kokoške dotrče privučene mišlju o jelu, on iskoristi priliku da ih zaskoči. Međutim, ako počne previše često da laže svoj „harem“, kokoške postaju oprezne i ne približavaju se, čak i kada zaista pronađe nekog ukusnog crva.

Neke druge ptice lažu zbog ljubomore, na primer laste. Ukoliko mužjak prilikom povratka u gnezdo ne zatekne ženku, on ispušta znak za uzburu. Ženka, misleći da preti neka velika opasnost, najkraćim putem se vraća u gnezdo. Onda otkrije da je dojava lažna, jer mužjak to radi da bi je sprečio da ga prevari sa drugim dok je odsutan.

A kako zaista stoje stvari sa bračnim neverstvima? Svrake, recimo, često sklapaju veze za ceo život, pa i iz tog razloga brane sopstvenu teritoriju od drugih pripadnika svoje vrste. Međutim, nakon polaganja jaja, kada je glavni posao obavljen, bračna vernost znatno slabi, posebno kod mužjaka. Dok ženka agresivno progoni konkurenciju, njen partner pred njom i sam tera suparnicu, ali ako proceni da ga niko ne gleda, počinje žestoko da se udvara novoj lepatici u kraju.

Bekstvo iz zatvora

Otimanje oko hrane takođe gura životinje u „kriminalne aktivnosti“, naročito krađu. Veverice toliko jedne od drugih krađu buduću zimnicu, da vrlo često kopaju lažne ostave kada znaju da ih druga veverica špijunira. Tek kada su sigurne da je nepoželjni pretendent na njihove zalihe otišao i da su same, nose prikupljenu hranu na potpuno drugo mesto i tu je zakopavaju.

Pravilo svako je sebi najpreči, važi i kod senica. Ove ptice imaju veoma razvijen jezik kojim se međusobno upozoravaju o dolasku neprijatelja. Sistem je toliko sofisticiran, da različiti tonaliteti upućuju jato da li je predator, kao što je kobac, još daleko ili se već opasno približio. Ali ponekad pojedine senice to drsko zloupotrebljavaju. Ako su mnogo gladne ili pronađu posebno ukusnu hranu, dignu lažnu uzburu da bi smazale obrok na miru, ne deleći ga s drugima.

Posebno je zanimljiv slučaj rakova, za koje naučnici tvrde da su među najagresivnijim vrstama. Kada se otimaju sa suparnicima oko hrane, u odmeravanju moći najvažniju ulogu igra veličina klješta. Istraživači su,

međutim, primetili da ne pobeđuje uvek najjači, već da to može biti i slabiji protivnik koji se ponaša kao pokeraš. Drugim rečima, blefira da je moćniji nego što jeste, pa ako je dovoljno ubedljiv a suparnik od onih kolebljivijih, može imati sreće da se objektivno jači protivnik povuče.

Naučnici različito objašnjavaju ovakva ponašanja životinja. Neki i dalje tvrde da su ti postupci instinktivni a ne unapred planirani, ali ih životinje iz dana u dan sve više demantuju. Upečatljiv primer su orangutani, koje su biolozi proučavali u jednom zoološkom vrtu kako planiraju bekstvo. Orangutani su slagali prazne kutije od hrane jednu na drugu i vadili žice iz ograda od kojih su pravili alat za otključavanje brave na kavezu. Sve to su radili naočigled posetilaca, koji su mislili da je to samo deo predstave za publiku. Vrhunac njihove strategije je bio u tome što su pomno pratili šta rutinski rade čuvari tokom dana i naučili da razlikuju profesionalce od volontera. Potom su sačekali da dužnost preuzme jedan od neiskusnih novajlija i da upravo tada pokušaju unapred pripremljeno bekstvo. ●

ZVEZDANA PISAREVIĆ, KNJIGOVOĐA, PREDAVAČ
I OSNIVAČ MUZEJA KNJIGOVODSTVA

U životu je sve sklono propadanju, osim znanja

Da knjigovodstvo može biti jako uzbudljivo svedoči i karijera Zvezdane Pisarević, knjigovođe iz Kragujevca, puna profesionalnih iznenađenja i preokreta. Svoje višedecenijsko iskustvo u brojnim firmama, uključujući i sopstvenu, pretočila je u onlajn obrazovni centar „Ja volim računovodstvo“, koji ima i svoje „izdvojeno odeljenje“ – virtualni Muzej knjigovodstva. Posetioци ovde mogu da se upoznaju sa načinom na koji se ova profesija obavljala pre „digitalne ere“ i uvere da bez obzira na promene u tehnologijama, osobine koje čine dobrog knjigovođu su sve do danas ostale iste.

Piše: Marija Dukić

Knjigovodstvo možda nije toliko popularno u široj javnosti kao neke druge profesije, ali ono može biti i te kako zavodljivo kada ovo zanimanje bolje upoznate, tvrdi Zvezdana Pisarević, sertifikovani računovođa iz Kragujevca sa višedecenijskim iskustvom. Prema njenom mišljenju, ljude od ovog posla odbija pre svega to što ga ne razumeju, „iako je knjigovodstvo savršeno logično, samo je potrebno imati nekoga ko ume da vam objasni tu savršenu logiku“.

Naša sagovornica je započela svoju karijeru pre više od tri decenije, kada je 1992. godine potpisala svoj prvi završni račun kao šef računovodstva. Već kao mlad knjigovođa zaljubila se u računovodstvo i shvatila da je to njen životni poziv, ali i da ljubav nije dovoljna da biste postali stručnjak u svojoj profesiji.

Život u računovodstvu

No, u vreme kada je ona profesionalno stasavala, nije bilo lako doći do znanja. „Tada nisu postojali kursevi za računovođe kao danas. Ko je imao interesovanja i sreće mogao je da uči jedino od šefa računovodstva u firmi ili od nekoga drugog ko je hteo da mu bude mentor. Zato sam morala stalno da 'vučem za ruku' starije kolege, to je bila moja jedina teoretska i praktična nastava“, priča Pisarević za B&F.

Iz tog razloga je tokom naredne tri decenije, pored rada u struci nastojala da prenese svoje znanje



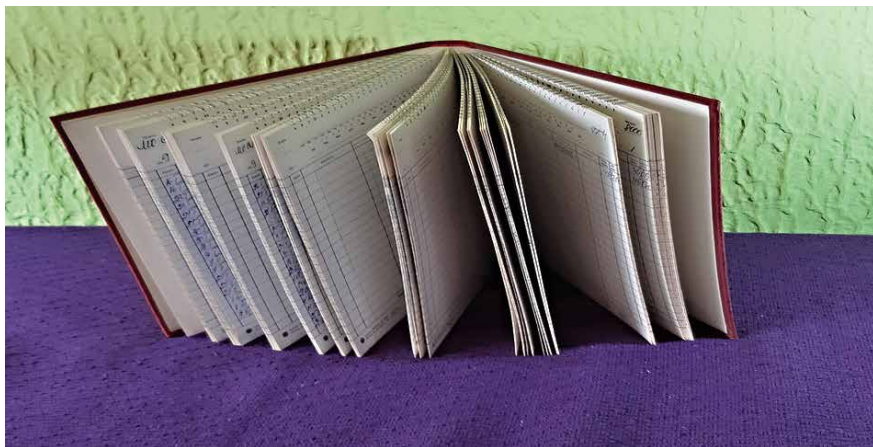
i iskustvo drugima. Ušla je u preduzetništvo 2002. godine, kada je pokrenula sopstvenu agenciju za računovodstvo „Proxima“, a godinu dana kasnije je načinila pionirski korak – sa kolegom je otvorila prvu privatnu školu knjigovodstva u Srbiji „Enterkont“.

„Učenje o knjigovodstvu može da bude zbunjujuće“, napominje Pisarević, „posebno ljudima koji nemaju predznanje. Zato sam se kao predavač uvek trudila da budem jasna i da svojim učenicima gradivo približim kroz primere iz života. Umesto da odmah počnem da im pričam o bilansnoj ravnoteži i knjiženju promena u aktivi i pasivi, što predavači često rade, našla bih neki primer iz prakse i na njemu im objašnjavala prvo zašto je važan njihov budući posao, a potom i šta je njihov posao“.

Knjigovodstvo u životu

Život takođe ima svoje računovodstvo, ali u ovom slučaju, ma koliko bili dobar knjigovođa, dugoročne ishode nije lako predvideti. Tako se Pisarević našla u situaciji da 2016. dobije ponudu za posao HR administratora u jednoj multinacionalnoj kompaniji, a pošto nije želela da se odrekne svoje knjigovodstvene agencije, radila je uporedo dva posla.

Rad u velikoj kompaniji pružio joj je priliku da stekne nova i raznovrsnija znanja. U svojoj agenciji je bila samoj sebi gazda, ali to, kako ističe, „najčešće znači da ćete raditi mnogo



više nego što biste radili za poslodavca. Dobra stvar kada imate svoju agenciju je što ne zavisite samo od jednog klijenta i što klijente možete da birate. Loša je što se često klijenti ponašaju kao da su vam direktori, pa onda dobijate prigovore sa više strana“.

Ma koliko da je bilo zanimljivo, bilo je i naporno, pa je Pisarević odlučila da se posveti samo poslu u multinacionalnoj kompaniji i zatvori svoju agenciju. To je, kaže, bila racionalna odluka sve dok iznenada nije „banula“ korona a sa njom i „racionalizacija troškova“, što na nekorporativnom srpskom jeziku obično znači - otpuštanja. Tako je Zvezdana Pisarević za kratko vreme od dva posla koja je obavljala, ostala bez ijednog.

„Zamislite koliko je radoholiku poput mene bilo teško da sedi kod kuće“, priča sagovornica B&F-a, koja je naprasno stečeno slobodno vreme vrlo brzo pretvorila u rad od kuće. Počela je da objavljuje edukativne sadržaje o računovodstvu na Jutjub kanalu, a pošto u to vreme nije bilo mnogo kurseva iz knjigovodstva na internetu, njeni snimci su postali toliko popularni da su joj gledaoci pisali i kada je ponovo našla posao u struci. Zato je ovog puta ona dala otkaz i konačno spojila ono što najviše voli – preduzetništvo i edukaciju.

Otvorila je onlajn obrazovni centar „Ja volim knjigovodstvo“, u kojem obučava buduće knjigovođe i HR administratore. Ove profesije imaju dodirnih tačaka, ali i svoje specifičnosti, pa se pristup predavanjima

zasniva na različitom sagledavanju iste tematike. No, bez obzira na razlike, Pisarević naglašava da je jako važno naučiti polaznike da razumeju zakonska rešenja koja treba da primenjuju i zašto ih je zakonodavac doneo, ali i da se upoznaju sa brojnim primerima iz prakse, od kojih neki mogu biti vrlo netipični. Jedna od takvih situacija, koju sagovornica B&F-a navodi i na svom sajtu je slučaj zaposlenog, „koji je sam sebi napravio odsustvo u trajanju od pet dana, tako što je spojio neka odsustva. I sve je bilo po zakonu, osim što se to njegovom šefu nije dopalo“.

Virtuelni muzej

Pisarević je ljubav prema svom poslu pretočila u još jedan zanimljiv poduhvat. Njen obrazovni centar ima „izdvojeno odeljenje“ – virtuelni Muzej knjigovodstva, čiji posetioci mogu da se upoznaju sa istorijom ove profesije i kako se ona menjala uporedo sa promenama u društvu.

Tako, na primer, „digitalne generacije“ mogu da vide kako su knjigovođe uspešno radile i u vreme kada su od uređaja imale na raspolaganju samo računsku mašinu sa trakom. Sve su knjižile ručno preko indiga, a kartice su odlagale u posebnu drvenu kutiju i na kraju poslovne godine ih koričile u glavnu knjigu. Muzej je prepun zanimljivih informacija iz različitih oblasti knjigovodstva, sa fotografijama završnih računa, kartoteka, faktura, paragon blokova, starih kasa...

Autorka ovog neobičnog muzeja planira da u svoju postavku uključi i 1993. godinu, koja je zbog hiperinflacije bila jedna od najsloženijih za knjigovođe. Na virtuelnim muzejskim policama biće još novih sadržaja, kao što je objašnjenje komplikovanog poreskog sistema iz vremena pre uvođenja PDV-a. Sistem je imao osam poreskih stopa, a svaka stopa po nekoliko poreskih tarifa. Napraviti ovakvu zbirku nije lako, pa Pisarević traži pomoć od svih koji imaju relevantne informacije o Zakonu o porezu na promet koji je važio do 1994. godine, da joj taj materijal pošalju.

Dobar softver ne čini dobrog knjigovođu

Poredeći svoju profesiju u „analogno“ i „digitalno“ doba, sagovornica B&F-a kaže da svako vreme ima svoje prednosti i ograničenja. Danas, zahvaljujući specijalizovanim računarskim programima, knjigovođe štede mnogo vremena i zato mogu da rade za više klijenata. Ali preterano oslanjanje na sve „pametnije“ i brže mašine može biti i zamka. Dobar softver ne čini dobrog knjigovođu ako on ne razume „šta taj program radi u pozadini“, odnosno nema potrebno znanje.

Takođe, zahvaljujući internetu sada je mnogo lakše doći do stručnih informacija, ali i za to je potrebno znanje kako prepoznati relevantne izvore među mnoštvom tekstova koji se predstavljaju kao stručni, a ponekad sadrže ozbiljne greške, opominje Pisarević.

Bez obzira na promene koje su knjigovodstvu donele nove tehnologije, postoji nešto što se ne menja i oko čega bi se razumeli profesionalci iz svih generacija, uverena je naša sagovornica. „To su ključne osobine koje čine dobrog knjigovođu, on mora da bude precizan, tačan i posvećen zadatku da eventualne greške – koje su neizbežne u svakoj profesiji – svede na najmanju moguću meru“, poručuje budućim knjigovođama Zvezdana Pisarević. ●

UPOTREBA ALTERNATIVNE MEDICINE U SVETU I SRBIJI

Biljke koje zveče

Na svetskom tržištu alternativne medicine gomilaju se milijarde dolara, od kojih najviše „prigrabe“ biljni preparati. Struktura potrošnje pokazuje da ni ovakav vid lečenja nije lišen socijalnih razlika, pa najskuplje proizvode i usluge koriste samo imućniji. To je slučaj i u Srbiji, gde se siromašniji okreću jeftinijoj narodnoj medicini, dok oni sa višim prihodima upražnjavaju makrobiotiku, homeopatiju, tradicionalnu kinesku medicinu i fitoterapiju.

Piše. Maja Đurić

Indija je nedavno uvela Ayush vizu za strance koji žele da poboljšaju svoje zdravlje uz pomoć alternativne medicine. Indijska vlada ima i posebno ministarstvo za razvoj lokalnih tradicionalnih terapija, a prošle godine je u saradnji sa Svetskom zdravstvenom organizacijom (SZO) započela gradnju globalnog centra za alternativnu medicinu, u koji je



uložila 250 miliona dolara. Centar bi trebalo da bude otvoren 2024. godine, kao prvi objekat u svetu koji će pod pokroviteljstvom SZO razvijati potencijale tradicionalne medicine u kombinaciji sa savremenom naukom i tehnologijama.

Ova organizacija navodi da je 170 zemalja uvelo pojedine tradicionalne prakse u svoje zdravstvene sisteme, a čak 80% svetske populacije koristi neke od metoda komplementarne medicine za lečenje ili poboljšanje zdravlja.

Procenjuje se da je tržište alternativne medicine u svetu prošle godine vredelo oko 180 milijardi dolara, od kojih su skoro polovinu obezbedili biljni preparati. Uporedo sa sve dužim životnim vekom raste i upotreba alternativnih načina lečenja, pa se očekuje da će potrošnja komplementarnih medicinskih preparata i usluga već do 2028. godine narasti na preko 400 milijardi dolara.

Žene mnogo „alternativnije“ od muškaraca

Ubrzani rast ovog tržišta potvrđuju i nacionalne statistike. Tako su u SAD tokom poslednje dve decenije izdvajanja građana za lečenje alternativnim metodama porasla tri puta, na oko 32 milijarde dolara, pri

čemu su tehnike relaksacije uma i tela početkom ovog veka potisnuli dijetetski suplementi. U susednoj Kanadi, alternativno lečenje je dostiglo vrednost od oko 10 milijardi dolara, od kojih je najviše potrošeno na masažu.

Podaci za Australiju pokazuju da dve trećine građana koristi komplementarnu medicinu, pre svega vitamine, kiropraktiku i naturopatiju, za šta izdvajaju oko 3,6 milijardi dolara. U Kini je vrednost ovog tržišta dostigla 19 milijardi dolara, a najveće učešće imaju akupunktura i biljni preparati, posebno oni za koje se smatra da pozitivno utiču na osobe sa simptomima autizma, hiperaktivnosti i poremećaja pažnje i da ne izazivaju zavisnost kao hemijski lekovi.

Alternativna medicina je veoma prisutna i na Bliskom Istoku, sa vrednošću od blizu devet milijardi dolara i procenama da će se u naredne četiri godine potrošnja više nego udvostručiti. Najzastupljenije su spiritualne tehnike, upotreba preparata od biljaka i meda, ali raste potražnja za dijetetskim proizvodima, akupunkturom, homeopatijom, kiropraktikom i jogom.

Kada je reč o Evropljanima, svaki četvrti stanovnik izdvaja novac za alternativnu medicinu, prvenstveno za masažu, homeopatiju i osteopatiju, a slede biljni lekovi, akupunktura, kiro-



Foto: Bady Abbas, Unsplash

praksa, refleksologija i spiritualizam. Evropa se izdvaja po tome što je ovaj vid lečenja mnogo zastupljeniji u velikim zdravstvenim ustanovama nego u ostatku sveta, a sve to košta stanovništvo blizu 29 milijardi dolara.

Mada su primetne razlike u visni i strukturi potrošnje u različitim državama i regionima, istraživanja su saglasna da komplementarnu medicinu po pravilu najviše koriste ljudi srednjeg i starijeg životnog doba, koji su bolje obrazovani i imućniji, kao i da su žene u proseku dvostruko zastupljenije od muškaraca. Izuzetak su pacijenti oboleli od karcinoma, među kojima mlađe osobe iskazuju veću spremnost da isprobaju sve moguće alternativne metode lečenja, u nadi da će im one uvećati šanse za izlečenje.

Samoinicijativa u Srbiji

Srbija je upotrebu komplementarne medicine legalizovala 2005. godine, Zakonom o zdravstvenoj zaštiti. Prvi vodič za dijagnostikovanje i lečenje metodama alternativne medicine izradilo je Ministarstvo zdravlja krajem 2007. godine. Na osnovu ovog vodiča, alternativnim načinom lečenja mogu da se bave samo zdravstveni radnici, lekari, stomatolozi, farmaceuti i medicin-

ski tehničari u privatnim i državnim zdravstvenim ustanovama.

Kod nas nema zvanične statistike koliki procenat stanovništva primenjuje ovaj vid lečenja, niti koliko novca se izdvaja za te potrebe. Retka su i istraživanja o tome koji vidovi komplementarne medicine su najzastupljeniji, kao i ko su najčešći korisnici, navodi doktor medicinskih nauka Marina Luketina Sunjka u svojoj studiji o upotrebi alternativne medicine u Srbiji.

Jedno od njih je anketa sprovedena u apotekama u Vojvodini o prodaji dijetetskih suplemenata. Prema dobijenim rezultatima, većina kupaca ima između 40 i 60 godina i ovakve preparate uzimaju bez konsultacije sa lekarom ili farmaceutom jer veruju da je njihova upotreba bezbedna. Najveći broj anketiranih je kupovao biljne preparate za prevenciju ili lečenje poremećaja koji su izazvani lošim varenjem.

Institut za onkologiju u Vojvodini je ispitao upotrebu alternativne medicine među pacijentima koji su bolovali od raka debelog creva. Nalazi su pokazali da je više od tri četvrtine obolelih koristilo neku od takvih metoda, najviše biljne preparate, posebno sok od cvekle, dok je manji broj upražnjavao tehnike za relaksaciju uma i tela i specijalne dijetete. Preko 70% pacijenata se o alternativnoj terapiji informisalo od drugih bolesnika, rođaka i prijatelja, bez konsultacije sa lekarom. Najveći broj pacijenata je izjavio da na taj način žele da povećaju imunitet tokom primanja standardne onkološke terapije, šanse za izlečenje ili da produže život, dok je svega 18% verovalo da će im upravo alternativna terapija omogućiti da se izleče.

Institut za onkologiju i radiologiju Srbije u Beogradu je sproveo istraživanje među 300 pacijenata koji su bili podvrgnuti hemoterapiji. Prema dobijenim rezultatima, preko polovine obolelih je dodatno koristilo i neki od alternativnih načina lečenja, od kojih je tri petine to učinilo samoinicijativno, bez konsultacija sa leka-

rima. Obrazovaniji pacijenti su češće upotrebljavali takve metode od onih koji su završili samo osnovnu školu, pri čemu je trećina imala fakultetsku diplomu. Najveći broj obolelih je pio biljne preparate i vitamine, prvenstveno s ciljem da pojačaju imunitet i poboljšaju rezultate kliničke terapije.

Socijalne razlike i u alternativni

Studija koja je rađena u domovima zdravlja u Pančevu, Zemunu, Zrenjaninu i Beogradu među skoro 1.200 pacijenata je pokazala da 84% njih koristi komplementarnu medicinu, pri čemu je većina mlađa od 65 godina a preko tri četvrtine su žene. Skoro dve trećine je izjavilo da alternativne metode koriste za izlečenje već nastalih zdravstvenih tegoba, dok su ostali to činili radi poboljšanja zdravlja. Najveći broj anketiranih se o ovom vidu lečenja informisao preko rođaka i prijatelja, zatim putem javnih glasila, dok su mlađi to činili pretraživanjem interneta.

Studija je pokazala da osobe slabijeg materijalnog stanja najviše koriste narodnu medicinu jer je jeftinija, dok se oni sa višim prihodima u velikom broju opredeljuju za makrobiotiku, homeopatiju, tradicionalnu kinesku medicinu i fitoterapiju. Ispitanici su metode tradicionalne medicine najčešće koristili za rešavanje problema sa zglobovima, bolove u kostima, mišićnih oboljenja i problema sa cirkulacijom.

Zanimljivi su nalazi istraživanja među postojećim i budućim zdravstvenim radnicima u Srbiji, koji pokazuju da su studenti stomatologije informisaniji o alternativnim metodama lečenja od studenata medicine, farmaceuti od univerzitetskih profesora, dok su zdravstveni radnici u domovima zdravlja bolje upoznati sa komplementarnom medicinom nego farmaceuti u javnim apotekama. Zdravstveni radnici koji takođe koriste neke od alternativnih metoda lečenja, najviše piju biljne preparate i vitamine. ●

AMERIČKI KONGRES O IZUMIRANJU ISTRAŽIVAČKOG NOVINARSTVA

Novine duhovi

Okupacija trivijalnosti i senzacionalizma dovela je istraživačko novinarstvo na ivicu izumiranja, a najdrastičniji primer je sunovrat lokalnih medija bez kojih je ostalo preko 70 miliona Amerikanaca. Oni sada više znaju o skandalima na drugom kraju sveta, nego šta lokalne vlasti rade u njihovom dvorištu. Najalarmantnije stanje je u ruralnim oblastima koje su se pretvorile u medijske pustinje. Za ovakvu situaciju nisu odgovorni samo medijski tajkuni, već i čitaoci, upozoravaju u američkom Kongresu.

Piše: Zorica Žarković

Američki san se pretvorio u noćnu moru u američkom novinarstvu. Prema zvaničnim podacima, tokom poslednjih 15 godina u Sjedinjenim Državama je broj novinara opao za 45%, skoro dvostruko više nego što se smanjio broj zaposlenih u rudarstvu i gotovo tri puta više nego u proizvodnim industrijama. U pomenutom periodu, SAD su izgubile oko 1.800 dnevnih novina i nedeljnika. Na tržištu je preostalo približno 7.000 štampanih novina, od kojih 80% ima tiraž manji od 15.000 primeraka, navodi se u najnovijoj analizi o situaciji na medijskom tržištu SAD, koju je objavila Služba za istraživanje američkog Kongresa (Congressional Research Service, CRS).

U studiji se ističe da čitaoci štampanih novina nestaju još brže nego što se takvi mediji gase. Tokom pomenutog perioda, tiraži su pali sa 122 miliona na 73 miliona, a najnovije ankete pokazuju da samo 8% ispitanika redovno čita štampana izdanja. Svi ostali se mnogo češće

informišu preko interneta, pri čemu više od petine anketiranih traži informacije isključivo na društvenim mrežama.

Stoga ne čudi da je među otpuštenim novinarima najviše onih koji se bave istraživačkim radom i analizama. U situaciji kada u novinskim napisima prevladavaju takozvane „generičke“ informacije i kada jednu istu vest za nekoliko minuta prenosi većina internet portala, mediji koji rade isključivo u digitalnom obliku vrlo retko angažuju istraživačke novinare. Povrh toga, oni najmanje i zapošljavaju, pa u njima radi svega 8% od ukupnog broja novinara u američkim medijima, navodi se u istraživanju.

Kakvi čitaoci, takve informacije

Uprkos izrazito lošoj finansijskoj situaciji, štampani mediji i dalje u svojim redakcijama imaju najveći broj kvalitetnih istraživača i analitičara, ali je vrlo upitno do kada će moći da opstanu sa takvom uređivačkom

politikom. Prema podacima koje iznosi CRS, tokom prethodne dve decenije prihodi štampanih medija su se smanjili za čak 80%. Prihodi od pretplate su pali za preko 50%, sa 15,8 milijardi dolara na 7,8 milijardi dolara u 2023. godini. U istom razdoblju, prihodi od oglašavanja su sniženi za 92%, sa 73,2 milijarde dolara na svega šest milijardi dolara.

Pre dve decenije, štampani mediji su imali udeo od 53% u ukupnim sredstvima za oglašavanje, koja su u današnjem novcu iznosila 142 milijarde dolara, a reklame su učestvovala sa 40% u njihovim zbirnim prihodima. Prošle godine, za medijsko oglašavanje u SAD je izdvojeno oko 93 milijarde dolara, od čega je štampanim novinama otišlo minornih 5%, dok su Fejsbuk i Gugl privukli preko 52% od ukupne sume.

Neki od vodećih nacionalnih medija, kao što su „Njujork tajms“ i „Vol Strit Džurnal“, pokušali su da nadoknade pad prihoda od štampanih izdanja pretplatama na elektronske verzije, uz određeni broj vesti i teksto-va koji se čitaocima nude besplatno na njihovim sajtovima. Tokom prethodne dve decenije, ovi i drugi nacionalni časopisi primenjivali su različite poslovne modele, ali nijedan od njih ni izdaleka nije obezbedio prihode iz „zlatnog doba“ istraživačkog novinarstva, iako su zbog poskupljenja pretplata prosečni prihodi po pretplatniku u pomenutom periodu u proseku uvećani sa 279 na 309 dolara.

Problem je u tome što za razliku od vremena pre ekspanzije digitalnih medija, kada se podrazumevalo da medijski sadržaji moraju da se plate, sada je na to spremno svega 13% anketiranih Amerikanaca jer se u digitalnoj eri do mnogih informacija dolazi besplatno. Šta više, na društvenim mrežama kruže uputstva gde su „rupe“ u tehničkoj podršci medijskim internet portalima, kroz koje može da se dođe i do sadržaja za koje se traži naknada.

Oni koji žele da plate, to pre svega čine zbog istraživačkih tekstova, ali u izveštaju CRS se ističe da je takvih



Foto: Himanshu Pandey, Unsplash

prema da bi se održali mediji koji se zasnivaju upravo na nezavisnoj uređivačkoj politici. Posledica toga je da se u kombinaciji besplatnih i sadržaja koji moraju da se plate, oni koji su dostupni bez naknade sve više proizvode uz pomoć veštačke inteligencije, a ne radom novinara na terenu. Zato drastično opada kvalitet medijskih objava koje dominiraju internetom, uključujući i vidni nedostatak proverenih informacija, autorskog integriteta i prepoznatljivosti, ocenjuju u američkom Kongresu.

S druge strane, mada su štampari mediji dozvolili besplatan pristup mnogim sadržajima na svojim internet stranicama kako bi povećali čitanost i time privukli oglašivače, prihodi od internet reklama su prošle godine iznosili svega 3,1 milijardu dolara, što je daleko od toga da nadoknadi gubitke od štampanih novinskih oglasa.

Ugled bez novca

Međutim, ono što prema mišljenju autora istraživanja najviše zabrinjava je sunovrat štampanih novina

na lokalnu. Trenutno, Sjedinjene Države se svaki dan oproste u proseku od dve lokalne novine. Nekada su i najmanji američki gradovi imali svog izdavača i štampariju, a mnogi su kupovali i po dve novine dnevno, ujutru i predveče. Lokalne novine su donosile vesti koje su čitaocima povezivale sa njihovim susjedstvom i imale su „aromu“ rodnog grada, koja ih je činila jedinstvenim.

Sadržaji koje su objavljivali lokalni novinari, veoma dobro upućeni u događanja u svojoj sredini, omogućavali su građanima i privrednicima da direktno utiču na ukupan kvalitet života u zajednici. Mnoge gradske novine redovno su dobijale Pulicerove nagrade i to upravo izveštavajući o lokalnim temama koje inače nikada ne bi dospеле na naslovne strane nacionalnih novina. Primera radi, novinari „Boston Globa“, najstarije i najveće dnevne novine u Bostonu, osvojili su 27 Pulicerovih nagrada. Iako se i dalje smatra jednim od najuticajnijih časopisa u SAD, njegov dnevni tiraž je pao ispod 69.000 primeraka.

Ali sama činjenica da ovaj dnevni list i dalje opstaje može se smatrati

uspehom, u situaciji kada je za samo desetak godina petina lokalnih novina ugašena ili su ih „usisale“ velike medijske kuće. Trenutno, više od 2.000 okruga u SAD sa preko 70 miliona stanovnika nema nijednu lokalnu novinu, dok u 1.500 okruga postoji samo jedna. Najviše sopstvenih novina su izgubile savezne države Kalifornija, Njujork, Ilionis i Teksas.

Medijske pustinje

Nije mnogo bolja sudbina ni onih lokalnih medija koji su preživeli. Većinu njih u internom žargonu nazivaju „sablanske novine“, jer su redakcije spale na nekolicinu novinara, koje zbog nezavidne finansijske situacije ne mogu čak ni da zaposle na puno radno vreme. Zbog toga se i lokalne vesti pretvaraju u generički proizvod, uz opasnost da potpuno izumru sa sve većom koncentracijom na medijskom tržištu.

Prema navodima CRS, preko polovine svih novina promenilo je vlasnika u protekloj deceniji, neke i više puta. Najvećih 25 novinskih lanaca poseduje dve trećine svih novina, a među vlasnicima dominiraju hedž fondovi i fondovi privatnog kapitala. Oni su kupili na stotine novina po najnižim cenama i tom imovinom upravljaju na isti način kao i svim drugim investicijama. Takva formula podrazumeva drastično rezanje troškova, često u kombinaciji sa opsežnim finansijskim restrukturiranjem, uključujući i stečaj. U besomučnoj trci za zaradom, lokalne vesti sada prolaze samo ako imaju „aromu“ trivijalnosti i senzacionalizma.

Najveće medijske pustinje su postale ruralne oblasti, gde su praktično ugašene sve seoske novine. Mogućnosti da se u seoskim područjima štampana izdanja zameđu digitalnim su veoma ograničene, ocenjuje se u izveštaju, jer prema podacima američke Savezne komisije za komunikacije oko 60% stanovnika u selima nema pouzdan pristup širokopojasnoj ili bežičnoj mreži. ●

POLOŽAJ MEDIJSKIH DOPISNIKA IZ UNUTRAŠNOSTI SRBIJE

Većina beogradskih redakcija se ponaša kao predatori

„Ovaj drži bombu, ovaj bi da se baci, ovaj ubio devojkicu... Pa dobro da smo psihički stabilni. Ne mogu sebe da zamislim sa 60 godina da idem i snimam ubistva. Kada se nekih davnih dana govorilo da nam treba beneficirani radni staž... pa treba, kada mi traže samo crnu hroniku.“ Ovako izgledaju iskustva dopisnika za beogradske medije iz unutrašnjosti Srbije, koji se žale da u njihovim vestima ima više mrtvih nego živih, a snimanje na sahranama je postalo standard, „jer to je ono što tržište traži“. Pored toga, urednici iz Beograda imaju zahteve kao da plaćaju dopisnike suvim zlatom, a očekuju od njih da rade bar za tri puta manje novca nego njihove kolege u prestonici, navodi se na sajtu Udruženja novinara Srbije.

„Cena dopisničkog televizijskog priloga je između tri i devet hiljada dinara, zavisno od forme i trajanja. U Beogradu je cena snimatelja sa kamerom 150 evra. Pitanje je zašto u unutrašnjosti snimatelj, montažer i novinar vrede u proseku 50 evra, a u Beogradu samo snimatelj 150 evra?“, pita Dušan Vojvodić, novinar i suvlasnik produkcije ZA Media, koja radi za više beogradskih medija priloge iz istočne Srbije.

Vojvodić kaže da je tržište takvo i da od 2006. godine, kada su počeli da se bave ovim poslom, cene nisu menjane. U realizaciju priloga uključene su tri osobe, pa je njihova zarada od priloga u proseku oko

2.000 dinara. Ako se u uradi oko 30 priloga mesečno, plata dopisnika je na nivou minimalca, kada se plate svi doprinosi.

„Prilog bi morao da bude četiri puta skuplji, bar 200 evra, da novinar, snimatelj i montažer budu normalno plaćeni, a i da producent nešto zaradi“, smatra Vojvodić.

On dodaje da je uvredljivo što su cene medijskog sadržaja u Beogradu nekoliko puta veće i da se na prilično arogantan način očekuje da se u unutrašnjosti radi za manje pare.

ZA Media pokriva osam opština istočne Srbije, ali situacija nije bolja ni na severu, u Vojvodini.

Stanislava Keneški ima svoju produkciju koja pruža dopisnički servis



iz Novog Sada, takođe za više beogradskih medijskih kuća. Kaže da su cene priloga iste kao i Zaječaru, Boru, Negotinu...

„Cene priloga su u proseku 50 evra, a zahtevi su kao da nas plaćaju zlatom. Koristimo pri tom po gradu svoje gorivo, a znate koliko se troši gorivo, po Novom Sadu isto kao po Beogradu, da ne pominjemo plaćanje parkinga i amortizaciju vozila“, žali se Keneški.

Prvih 20 kilometara se ne računa

Dopisnici za odlazak na teren koriste svoje automobile. U cenu koja im se plaća za prilog uključeni su i putni troškovi samo za mesta koja su udaljena više od 20 kilometara, po rečima Stanislave Keneški.

„Putne troškove plaćaju tek ako idemo u neko mesto koje je više od 20 kilometara udaljeno od table grada Novog Sada. Za ono što uradimo u Novom Sadu ili Sremskim Karlovcima, na primer, od toga što nam plate prilog, još mi platimo i gorivo“, kaže Stanislava, dodajući da novinari u Beogradu koriste službeni automobil za odlazak na teren.



Foto: Aleksei Zaitcev, Unsplash

ZA Media pokriva veliku teritoriju i često ide u gradove koji su udaljeni više desetina kilometara. Negotin je, na primer, udaljen 60 kilometara, Kladovo više od 100 kilometara, ali dopisnicima, po Vojvodićevim rečima, u cenu priloga nisu uračunate dnevnice, kao ni amortizacija automobila.

Keneški kaže da menadžment televizije pokušava na sve načine da uštedi na dopisnicima, pa se dešava da preuzimaju medijski sadržaj sa drugih medija, da ne bi angažovali dopisnike.

„Nekada, kada i hoću da zaradim i nešto pošaljem, oni su se već snašli. Ali zato kada njima nešto treba, onda mora sad i odmah“, komentariše Keneški.

Smrt je postala najveća atrakcija

Keneški navodi i da za dopisnike ne postoji radno vreme.

„Zovu me da imam lajv u 7 ujutru, pa potom da uradim neki prilog, a ako se desi nešto u 7 uveče, hajde Staša opet u lajv. To što sam imala i u 7 ujutru, to ih ne zanima. Misle da smo na vešalici“, priča Stanislava,

dodajući da je veliki pritisak na dopisnike, jer ono što pretežno rade je crna hronika.

„Ovaj drži bombu, ovaj bi da se baci, ovaj ubio devojkicu... Pa dobro da smo psihički stabilni. Ne mogu sebe da zamislim sa 60 godina da idem i snimam ubistva. Kada se nekih davnih dana govorilo da nam treba beneficirani radni staž... pa treba, kada mi traže samo crnu hroniku.“

Vojvodić takođe kaže da ono što se nekada učilo o novinarstvu, da kada se dogodi nesreća - ne odlazi se u kuću stradalog, ne postavljaju se pitanja porodici, na ide se na sahrane - sada je standard.

„Sada imate novinarsku ekipu koja za 50 evra izveštava sa sahrane. Jer, to je ono što tržište traži. Uspeli smo da napravimo sakralni aspekt izveštavanja, gde je smrt najveća atrakcija. Ako pogledate naslovnice tabloida i novina, na njima je više mrtvih nego živih“, komentariše Vojvodić.

Novinari su ostali bez „žive reči“

Dušan Vojvodić je nekada bio šef dopisništva RTS-a iz Zaječara i smatra da će sudbina dopisnika biti slična kao i dopisnika Javnog servisa. Navodi da je u njegovo vreme u dopisništvu RTS-a radilo 14 ljudi, a sada misli da je ostalo troje. Priloge uglavnom snimaju mobilnim telefonom, voze raspadnuta kola, nisu motivisani i vidi se da žale za nekim prošlim vremenima. Ocenjuje i da se po priložima vidi da su urađeni sa malo sredstava i resursa.

Problem je i što, kako kaže, i te mizerne cene koje se plaćaju dopisnicima za prilog postaju sve neisplativije za urednike, jer uključjenja iz unutrašnjosti ne donose gledanost. Trend je postao da se dovedu tri gosta u studio da pričaju o različitim temama, što je najjeftiniji format.

Druga strana medalje je što novinari u unutrašnjosti više ne mogu da dobiju ni izjave.

„Ranije okrenemo telefon i nadležni iz bilo koje institucije odgovori. Sada se pišu mejlovi pi-arovima, koji šalju suvoparna saopštenja. Novinari ostaju bez 'žive reči'. Sada urednici u Beogradu ne žele nikom da se zameraju“, ističe Vojvodić.

On dodaje da su među prvima u Srbiji počeli sa dopisničkim konceptom, pa su bili u prednosti u odnosu na ostale. Međutim, iako su, kako kaže, opremljeni kao dopisništvo Bi-Bi-Sija, jedva zarađuju za minimalac i često dižu kredite da isplate plate.

„Mi smo zajedno sa kolegama koji su u to vreme dobijali otkaze, kada se sve raspadalo, pokušali da napravimo koncept kako da živimo od svog rada. Baš nam teško ide, ali uspevamo poslednjih 20 godina!“

Ako vi nećete, ima ko hoće

Stanislava Keneški tvrdi da zaposleni u mediju za koji radi imaju bolje plate od nje. Njeni pokušaji da nešto promeni nisu bili uspešni.

„Rekli su, pa dobro ako vi nećete, naći ćemo ko hoće da radi i to je taj narativ. I kada čovek nema za koga bi radio, na kraju pristane“, konstatuje Keneški.

Oboje se slažu da su dopisnici posebno nezaštićeni, jer nisu organizovani.

Vojvodić ističe da je dopisnik nemoćan kada pregovara sa korporacijom. Smatra da je potrebno da se dopisnici organizuju i delegiraju ljude koji bi u pregovorima sa emiterima došli do kalkulacije troškova, amortizaciji opreme, standarda priloga koji plasiraju...

„To će se dogoditi nikad. Naša priroda je - bolje da čutimo i uzmemo što nam se baci sa stola, nego da potražimo nekog drugog. I tu ponovo dolazimo do kvaliteta izveštaja. Kada bi kvalitet kvalifikovao cenu, onda bi se drugačije pregovaralo. Sada kažu, nema problema, snimaće mobilnim telefonom neko ko nikada nije snimao, niti bio novinar“, zaključuje Vojvodić. ●

Izvor: <https://www.uns.org.rs/>

PRETEČE DANAŠNJEG SRPSKOG KRIMIĆA

Duša svaka traži svog junaka

Preteče današnjeg kriminalističkog romana u Srbiji su bili novinari, policajci i bivši majori u vojsci, ali i neki slavni književnici, poput Crnjanskog. Malo je poznato da je ovaj uvaženi srpski pisac, u trenucima teške materijalne oskudice napisao krimić veoma nalik dogodovštinama najčuvenijeg izmišljenog detektiva Šerloka Holmsa. Zaplet romana se odigrava u Švedskoj, a Crnjanski ga je objavio pod pseudonimom Harald Johansen.

Piše: Zorica Žarković

Bezimeni junak, posle predavanja o beskonačnosti univerzuma u beogradskoj „Građanskoj kasini“, ne može da zaspri razmišljajući o tajnama vasiona. U jednom trenutku, u njegovoj sobi se pojavljuje duh francuskog matematičara i astronoma Laplasa, koji ga vodi u neverovatnu pustolovinu svemirom. Stižu na planetu Arudža-Darin, u grad Gonor, koji je stvorila moćna civilizacija, izumrla pre 28 miliona godina. Nekadašnji stanovnici Gomora su poznavali napredne tehnike za stvaranje posebnih mikroklimatskih uslova, mogli su neograničeno da koriste energiju i da se poigravaju hologramskim projekcijama. Izumi gotovo neshvatljivi u Srbiji 1902. godine, kada je objavljen ovaj prvi naučno-fantastični roman jednog domaćeg autora.

Roman je napisao Lazar Komarčić (1839 -1909), nekadašnji učitelj, potom vlasnik kafane i na kraju novinar i književnik, koji se smatra rodonačelnikom žanrovske literature u Srbiji. Komarčić je, poput pomenutog izleta u naučnu fantastiku, najviše pisao kriminalističke romane. Interesantno je da je još 1880. objavio svoj prvi krimić „Dragocena ogrlica“, sedam godina pre nego što će Artur Konan Dojl predstaviti svetu čuvenog detektiva Šerloka Holmsa.

Ilija Kolarac kao inspiracija za krimić

Komarčić je glavni zaplet u „Dve ogrlice“ zasnovao na krađi dijamantske ogrlice neprocenljive vrednosti i na sudskom procesu koji je usledio. Sve okolnosti podsećaju na tada veoma aktuelan slučaj povodom testamenta pokojnog Ilije Kolarca, kada su njegovi naslednici nastojali da se dokopaju novca koji je ovaj srpski trgovac ostavio u dobrotvorne svrhe. Povezivanjem priče u romanu sa stvarnim događajima u Srbiji tog vremena, Komarčić je sledio obrazac rane kriminalističke literature u Zapadnoj Evropi, čiji autori su nalazili inspiraciju u kriminalnim slučajevima koji su se zaista dogodili.

Za razvoj srpske zabavne književnosti posebno je značajan Pera Todo-rović, urednik „Malih novina“, koji je u želji da privuče čitaoce, u periodu od 1889. do 1903. godine objavio oko 30 romana u nastavcima: „Beogradske tajne“, „Lepe grešnice“, „Mađije na prestolu“, „Trgovina ljudskim mesom“, „Pakao: krivični roman iz srpskog života“, „Aspide“... Zapleti ovih priča predstavljali su mešavinu dvorskih, političkih i erotskih intriga, u kombinaciji sa trgovačko-finansijskim špekulacijama i skandaloznim porodičnim tajnama u tadašnjoj Srbiji.

Neke od navedenih tema obrađivao je u svojim romanima i Komarčić,

ali sa mnogo više književnog ukusa. Posle „Dve ogrlice“, kod publike su najveći uspeh postigli njegovi romani „Dva amaneta“ i „Prosioci“, a ova tri dela se smatraju pretečama kriminalističke proze u Srbiji.

Policajac, talentovan za književnost

Drugi predvodnik u razvoju domaćeg kriminalističkog žanra bio je Tanasije Tasa Milenković (1850 -1918). Ovaj pravnik po obrazovanju je na zvaničnoj stranici Bezbednosno informativna agencije (BIA) naveden kao jedan od prvih rukovodilaca ove institucije u vreme njenog osnivanja i kao začetnik profesionalnog kadra u srpskoj policiji.

Neobično je da je čovek takvog usmerenja bio jako zainteresovan za književno stvaralaštvo, pa se proslavio i kao pisac. Milenković je svoja iskustva u policijskom radu, zapise o zločinima, procesu istrage, hapšenjima i izrečenim kaznama pretočio u autobiografske beleške pod nazivom „Tasin dnevnik – zapisi prvog srpskog policajca“, koje je publika u Srbiji „gurala“ sa ogromnim interesovanjem. Dnevnik je preveden na nekoliko stranih jezika, a Bugarska je njegov sadržaj čak koristila kao udžbenike za obrazovanje policajaca u to vreme.

Milenković je najviše pisao o slučajevima u Beogradu, gde je tokom

rada u policiji proveo većinu vremena. Pored autobiografskih beleški, objavio je 1896. i kriminalistički roman „Ponoć ili grozno ubistvo na Dorćolu“. Glavni junak je Gena, begunac iz zatvora, iskusni lopov i ubica. U gazda Jolovoj kafani „Kod lisice“ vode se mutni razgovori, jataci su Jolo i njegova žena, a Gena je taj koji okuplja sve druge zločince, kuje paklene planove i zbog čije će prevrtljivosti stradati sirotica Katinka.

Nažalost, autor romana je takođe okončao život tragično, izvršivši samoubistvo 1918. godine. Tanasije Milenković je u oproštajnom pismu naveo da diže ruku na sebe iz očajanja zbog strahota koje je Prvi svetski rat naneo Srbiji. Svoju kuću je zaveštao Srpskoj akademiji nauka i umetnosti, ali su ovu zadužbinu 2006. godine tadašnji čelnici Starog grada prodali investitorima da grade višespratnicu, što je horor žanr koji je sve do danas najpopularniji i najisplativiji na našem tržištu.

Skriveni Crnjanski i Šerlok Holms

Tokom Prvog svetskog rata i u kratkom predahu do onog narednog, još krvavijeg, situacija u tadašnjoj Kraljevini Jugoslaviji je nadilazila svaku kriminalističku fikciju, uključujući i atentat na kralja Aleksandra Prvog Karađorđevića u Marselju. No, upravo u međuratnom periodu, kratki izlet u kriminalistički žanr je napravio jedan od najpoznatijih srpskih književnika, Miloš Crnjanski (1893 - 1977), ili bar postoji osnovana sumnja da je to uradio.

Crnjanski je pod pseudonimom Harald Johansen objavio 1921. kratki krimić „Podzemni klub“, sa jasno naznačenim podnaslovom da je reč o detektivskom romanu. Mada nikada nije javno priznao da on stoji iza navedenog pseudonima, Crnjanski je u svom nedovršenom rukopisu „Serbia i komentari“ naveo da je, pritisnut teškom materijalnom oskudicom, anonimno napisao kriminalistički roman, ali da se više ne seća da li mu je dao naziv „Podzemni klub“ ili „Klub samoubica“.



Foto: Pixabay

Autor u ovom kratkom romanu, koji umnogome podseća na avanture Šerloka Holmsa i njegovog saradnika doktora Votsona, opisuje dva privatna detektiva u Švedskoj, koja pokušavaju da reše seriju zločina. Glavni junaci, Fred Helmington i Rob Jelkins na tragu su tajnom terorističkom društvu koje pravi probleme građanima Stokholma, gde je Crnjanski i sam kratko boravio. Roman je prepun akcije, radnja se dešava na ulicama i u podzemlju, a u priči se pojavljuje i mistična ličnost, u liku čoveka u crnom. Stil kojim je delo pisano upućuje da je to urađeno u velikoj žurbi i bez književnih ambicija i verovatno je zato Crnjanski želeo što pre da zaboravi ovaj prinudni izlet u „popularnu literaturu“.

Kralj ponoći, u duši levičar

Čovek za koga se danas tvrdi da je bio jedan od najtiražnijih pisaca u doba SFRJ je Mitar Tripkov Milošević (1924-1995), novinar i urednik novosadskog „Dnevnika“ i pokretač edicije „X100“, u kojoj su objavljivani roto-romani špijunskog, akcionog, kaubojškog, ljubavnog i naučno-fantastičnog

žanra. Urbana legenda kaže da je Milošević, kada mu prevodilac nije dostavio u planiranom roku prevod nekog engleskog krimića, na brzinu napisao sopstveni, pod nazivom „Lun, kralj ponoći“ i potpisao se pseudonimom Frederik Ešton.

Glavni junak je bio tajni agent koji rešava slučajeve uz pomoć futurističkih naprava. Obrazovan je, kosmopolita ali u dubini duše levičar, koji se kao nezavisni heroj bori protiv velikih kapitalističkih moćnika. Roman je objavljen krajem 1959. i doslovno je razgrabljen na jugoslovenskom tržištu. Posle toga je nekadašnji novinar i pre toga major u jugoslovenskoj vojsci, objavio preko 70 romana o Lunu, u ukupnom tiražu od oko 10 miliona primeraka.

U periodu između 1955. i 1963. godine, kod jugoslovenske publike je bila veoma popularna i edicija „Zelena biblioteka“, u kojoj su objavljivani strani i domaći kriminalistički romani. Među najpopularnijim domaćim autorima bio je novinar, pisac i publicista Živorad Mihailović, zvani Šilja, otac poznate beogradske novinarke Gordane Suše. ●

B&F BIZNIS & FINANSIJE

Pretplatite se na štampano i elektronsko izdanje magazina Biznis i finansije za 2022.

U cenu pretplate na magazin uračunate su Specijalne godišnje edicije: Finansije TOP, Biznis TOP, MSP



Više informacija

Tel. +381(0)11/ 262-28-15,

+381(0)11/ 218 -70 -96

marketing@bif.rs

www.bif.rs

Sajamski dani

DANI NAJBOLJIH KUPOVINA!

16-31. oktobar

U SVIM DELFI
KNJIŽARAMA I LAGUNA
KLUBOVIMA ČITALACA



Kompletan spisak naslova na akciji, izdavača koji obezbeđuju popust i maloprodajnih objekata u kojima se održava manifestacija *Sajamski dani* potražite u knjižarama i na sajtovima laguna.rs i delfi.rs. Navedeni popusti se ne mogu sabirati i kombinovati s drugim akcijama i popustima.

Otpor je suvišan!



extreme CRM solutions

15 godina smanjujemo otpor za vas i vaše klijente.

Saznajte kako!



Gold
Microsoft Partner

