



Ko je ko

USPEŠNE POSLOVNE ŽENE U SRBIJI

Ko je ko
**USPEŠNE POSLOVNE
ŽENE U SRBIJI**

SADRŽAJ

10 APATINSKA PIVARA

Dubravka Milovanović, Bojana Brajković, Jelena Pavićević
USPEŠNE POSLOVNE ŽENE APATINSKE PIVARE: RAZBIJANJE PREDRASUDA

12 BANCA INTESA

Zorana Branković
ČEKA NAS JOŠ JEDNA VELIKA TRANSFORMACIJA

14 CARLSBERG

Jovana Vještica
PIVARSTVO ZA BOLJE DANAS I SUTRA

18 CHAPTER4

Tamara Bekčič, Milena Avramović Bjelica, Olivera Petrović
NEGUJEMO KOMUNIKACIJU I PARTNERSTVA KOJA TRAJU

20 COCA-COLA

Gorica Stojković
OSNAŽIVANJE I INKLUZIJA: COCA-COLA KAO POKRETAČ POZITIVNIH PROMENA

22 COCA-COLA HELLENIC

Doroteja Mičeta, Olga Branković, Maja Kraljević, Tijana Jezdović, Jelena Aritonović, Ivana Ankić, Jovana Paljić, Milena Veljković, Ksenija Tatalović, Ančica Đorđević, Ana Vučetić, Tajana Kršić
12 PRIČA O VOĐSTVU, INSPIRACIJI I PROMENAMA

26 CWP

Maja Turković
POVEZIVANJE POSLOVNIH ŽENA JAČA I POJEDINCE I INDUSTRIJU

28 DAHLIA

Dragana Orlandić
VERUJTE U SEBE I SVOJE SPOSOBNOSTI

30 ELIXIR GROUP

Zorica Popović
ZA NAJVEĆI INVESTICIONI CIKLUS PRAHOVO 2027 POTREBNI SU VIZIJA, INOVATIVNOST, ZNANJE, ALI I DOBAR TIM PRE SVEGA

32 GALENIKA

Olivera Zdravković
NAJBOLJE KOMPANIJE PRIVLAČE I ZADRŽAVAJU NAJBOLJE LJUDE

34 GENERALI OSIGURANJE SRBIJA

Gorana Rašić
NAJBOLJI SE IZBORE ZA SVOJE MESTO

38 HEMOFARM

Sanda Savić
NEPROCENJIVO JE DELITI ZNANJE NOVIM GENERACIJAMA

42 MERKUR OSIGURANJE

Snežana Nešković, Svetlana Stojanović, Tamara Stanisavljević
ŽENAMA TREBA PRUŽITI ŠANSU DA ISKAŽU SVOJ PUNI POTENCIJAL

44 NALED

Nataša Došen, Marina Ljubbenović
NIŠTA ŠTO ŽENA NE MOŽE DA REŠI

46 NEW MOMENT

Katarina Todosijević
SVAKI IZAZOV PREDSTAVLJA PRILIKU ZA RAST
Jasmina Nikolić
VREME JE NAJDRAGOCENIJI RESURS, A LJUDI SU NAJVAŽNIJI

50 NOVA COMMUNICATIONS – media buying agencija

Jasmina Stojanov
MOĆ JE UVEK U NAMA SAMIMA

52 SANDOZ

Jelena Pribičević
U KOMPANIJI SANDOZ NAJVAŽNIJA NAM JE VERA DA ONO ŠTO RADIMO IMA VIŠU SVRHU
Zorica Radivojević
RAD SA MLADIMA ME INSPIRIŠE DA SE MENJAM NABOLJE SVAKIM DANOM

54 SBB

Minja Jugović Janjić
NIJE LAKO BITI PROVOKATIVAN I KULTURAN U ISTO VREME
Marija Mihajlović
KOMPAS U DINAMIČNOM VREMENU
Jelena Roljić
NIJEDAN BIZNIS DANAS NE MOŽE SEBI DA PRIUŠTI DA IGNORIŠE REČ KORISNIKA

60 SCHNEIDER ELECTRIC

Jelena Pejšković
UZ DOBRU ORGANIZACIJU, SVE JE MOGUĆE

64 SITE

Jovana Đoković, Ivana Knežević, Natalija Panić, Jovana Rajlić, Senka Zejnić
ŽENE U POSLU BEZBEDNOSTI

66 UNICREDIT BANKA

Aleksandra Rašić, Sanja Radojčić Sobo, Ivana Ivić, Svetlana Bunčić, Marija Kićović, Ana Bogdanović
OBARANJE PREDRASUDA O KRHKOSTI I EMOTIVNOSTI

72 UNITED MEDIA

Aleksandra Subotić
NAJVAŽNIJE JE DA SE NE ODUSTAJE

76 VISA

Ana Drašković
PRAVI LIDER DAJE PRILIKU DRUGIMA DA RASTU

78 WOLT

Vesna Nedeljković, Una Lukić, Ivana Mitrović, Sandra Nestorović, Senka Pajić, Dejana Jovanović, Sanja Milovanović, Nataša Rodić, Ana Stoilković
NOVE VIZIJE: INSPIRATIVNE PRIČE ŽENA O USPEHU U SVETU PREDUZETNIŠTVA
Milica Vidaković, Slađana Tasić, Ivana Sretenović
NAPREDAK ZAHVALJUJUĆI INOVACIJI: PREDUZETNICE ŠIRE DOMETE SVOG POSLOVANJA KROZ WOLT PROJEKAT „VELIKIMALI“

IMPRESUM

82 BRANKICA JANKOVIĆ
poverenica za zaštitu ravnopravnosti
NE RAZMIŠLJAM O JAKIM VETROVIMA
KOJI DUVAJU U SUPROTNOM SMERU

86 PLAMENA HALAČEVA
zamenica šefa Delegacije EU u Srbiji
NEMA ISTINSKE JEDNAKOSTI BEZ
SLOBODE OD NASILJA

90 KETI BUGENHUT
ambasadorka Belgije u Srbiji
RODNA NEJEDNAKOST POČINJE OD
KOLEVKE

94 ANIKA BEN DAVID
ambasadorka Švedske u Srbiji
OBRAZOVNI SEKTOR JE KLJUČAN

98 KRISTIN MELSOM
ambasadorka Norveške u Srbiji
ZNANJE JE MOĆ

102 VERA NIKOLIĆ DIMIĆ
izvršna direktorka Američke privredne komore u Srbiji
POTREBNI SU NAM LJUDI SA NAJVIŠIM
INTEGRITETOM

106 SVETLANA BOJKOVIĆ
pozorišna, televizijska i filmska glumica
UMETNIK TREBA DA BRANI ISTINU

110 VIOLETA JOVANOVIĆ
izvršna direktorka Nacionalne alijanse za lokalni ekonomski razvoj (NALED)
TRUDIM SE DA VODIM LIČNIM
PRIMEROM

114 ELENA POPOVIĆ
sekretarka i generalna pravna zastupnica Media Development Investment Fund-a (MDIF) sa sedištem u Njujorku
NA BALKANU SE MIZOGINIJA PRAVDA
DUHOVITOŠĆUA

118 ANA KNEŽEVIĆ
predsednica udruženja Evo ruka
HUMANOST NIJE ISTA ZA SVE

122 DRAGANA PILIPOVIĆ TOMIĆ
osnivačica Centra za društveno odgovorno preduzetništvo i Rural Hub-a
SIGURNO MESTO ZA LUDE IDEJE

124 JELENA IVANOVIĆ
izvršna direktorka Međunarodnog udruženja za marketinške komunikacije u Srbiji - IAA Serbia
KULTURA NE MOŽE DA SE NAREDI

Naziv izdanja

Ko je ko
Uspešne poslovne žene

Urednik
Ana Krajnc

Urednik fotografije
Dušan Đorđević

Dizajn
Naslovna: Jovana Bogdanović
Prelom: Jovana Bogdanović

Lektura i Korektura
Mirjana Radaković

Marketing
Tanja Milanović, Miša Rašković

Tiraž
4.000

Štampa
Štamparija Caligraph

Izdavač
Business Info Group
Strahinjića bana 31a, Beograd
www.novaekonomija.rs
Sva prava rezervisana

ISBN 978-86-89139-25-9

Rodna ravnopravnost

KORAK NAPRED KA BOLJEM DRUŠTVU I JAČOJ EKONOMIJI

Iako Svetski ekonomski forum procenjuje da se, globalno posmatrano, žene neće izjednačiti sa muškarcima još 131 godinu, jednakost između muškaraca i žena je osnovni princip ljudskih prava.

Rodna ravnopravnost trebalo bi da podrazumeva jednaka prava i mogućnosti za žene i muškarce, devojčice i dečake, kao i istu vidljivost, osnaživanje, odgovornost i učešće u svim sferama javnog i privatnog života.

Srbija je potpisnica brojnih međunarodnih konvencija i protokola koji se odnose na prava žena, a približavanje Evropskoj uniji podrazumeva i usklađivanje zakonodavstva i politika u ovoj oblasti sa pravnim tekovinama EU.

Normativni okvir u Srbiji prepoznaje i uređuje ovu oblast, ali primena Zakona o rodnoj ravnopravnosti u praksi često izostaje. Duboko ukorenjeni patrijarhalni stereotipi, višestruka diskriminacija i rodno zasnovano nasilje i dalje ometaju unapređenje ženskih prava i rodnu ravnopravnost u oblastima rada, obrazovanja, ekonomske nezavisnosti, učešća u odlučivanju i zdravlja.

Šta pokazuje statistika

Žene u Srbiji su, prema zvaničnim podacima, obrazovanije, ali ih ima znatno manje nego muškaraca na liderskim pozicijama i bolje plaćenim poslovima. Prema poslednjim dostupnim podacima Republičkog zavoda za statistiku, stopa zaposlenosti žena bila je 41,9 odsto u poređenju sa 56,6 odsto kod muškaraca. Žene koje su zaposlene zauzimaju niže pozicije, uključujući i javni sektor, ili su zaposlene na određeno vreme, čak i

kada imaju viši stepen obrazovanja, što je često slučaj. Sa druge strane, od ukupnog broja studenata koji su diplomirali 2022. godine, 39,3 odsto su bili muškarci a 60,7 odsto su bile žene.

Prema globalnom izveštaju Svetskog ekonomskog foruma, koji uzima u obzir podatke iz 146 zemalja sveta, u poređenju sa 2022. Srbija je u 2023. godini pala sa 23. na 38. mesto po indeksu rodne ravnopravnosti. Posmatrano po pojedinačnim oblastima, vidi se značajna razlika u rangiranju Srbije. Naime, po političkoj osnaženosti najbolje je pozicionirana i nalazi se na 32. mestu, po stepenu obrazovanja na 37. mestu, po ekonomskim mogućnostima i participaciji Srbija je na 69. mestu, a po zdravlju žena tek na 79. mestu.

Ovo upravo potvrđuje da, iako žene imaju dobro obrazovanje i često bolji akademski uspeh, na tržištu rada muškarci dobijaju prednost. Imaju veće šanse za karijerno napredovanje, uspon na liderske pozicije, ali i veće plate. Naime, platni jaz u prosečnim zaradama muškaraca i žena u Srbiji se povećao, pa su tako žene bile manje plaćene od muškaraca za 8,8 odsto u 2018. godini, dok je 2022. taj jaz skočio na 14,4 odsto.

Između roditeljstva i karijere

Žene su znatno češće od muškaraca izložene problemu uspostavljanja balansa između profesionalnog i privatnog života, jer se u društvu i dalje podrazumeva da je briga o porodici i kući obaveza žena. Nažalost, realnost pokazuje da profesionalni napredak kod žena stagnira kada postanu majke.

Podaci pokazuju da roditeljsko odsustvo još uvek pretežno koriste žene i da i dalje veliki broj žena donosi odluku da napusti posao kako bi se brinule o deci. Prema zvaničnim podacima Republičkog zavoda za statistiku, žene u proseku provode i duplo više vremena u takozvanom nevidljivom radu, obavljajući neplaćene kućne poslove, što takođe utiče na opterećenje žena i mogućnost profesionalnog napretka. Iako smo po političkoj osnaženosti najviše rangirani, na 32. mestu, upitan je realni efekat tog uspeha. Jer, iako Srbija ima ministarke, guvernerku i više od trećine Narodne skupštine čine poslanice, to nije doprinelo poboljšanju položaja žena u društvu, niti je veći broj žena u politici doprineo većem učešću žena u odlučivanju.

Patrijarhalni okovi i nasilje nad ženama

U Srbiji su veoma rasprostranjeni svi oblici nasilja nad ženama. Femicid i dalje predstavlja ozbiljan problem našeg društva, na čijem rešavanju se slabo šta radi. Istraživanja i statistike govore da su u 92 odsto slučajeva porodičnog nasilja žrtve žene. Ekonomska zavisnost od partnera ili drugog člana porodice povećava rizik od doživljavanja nekog oblika nasilja nad ženama, a poseban problem je patrijarhalna i tradicionalno ukorenjena neravnopravnost u pogledu jednake zaštite imovinskih prava, gde se žene isključuju iz naslednog prava ili se od njih traži da se odreknu nasledstva u korist muških članova porodice. Činjenica da veliki broj žena nema vlasništvo nad

nekretninom, otežava im i mogućnost da započnu sopstveni biznis i dođu do ekonomske samostalnosti.

Podrška države, zajednice i obrazovnog sistema

Praksa drugih zemalja pokazuje da su za razbijanje rodni predrasuda potrebni dugotrajan napor i rad na senzibilisanju društva za teme rodne jednakosti, informisanje žena o njihovim pravima i kontinuirana podrška države i celokupne zajednice nesmetanom razvoju karijere žena i sticanju njihove ekonomske nezavisnosti. Uključivanje tema rodne ravnopravnosti u obrazovni sistem i osnaživanje devojčica od malih nogu najbolji je put ka postizanju pravednog društva u kome svi imaju jednaka prava.

Nadamo se da će iskustva, stavovi i saveti brojnih uspešnih poslovnih žena iz Srbije okupljenih u našoj ediciji, kao i dobra praksa i primeri iz razvijenih evropskih zemalja, o kojima su govorile zamenica šefa Kancelarije Evropske unije i ambasadorke Belgije, Norveške i Švedske, doprineti tome da kao društvo postanemo svesniji rodni predrasuda i tradicionalnog miljea koji guraju žene na marginu. Treba se nadati da će i donosioci odluka poželeti da žive u zemlji u kojoj postoje vladavina prava i poštovanje zakona i ljudskih prava. Verujemo i da će motivacione životne priče i poruke podrške svih žena iz naše edicije poslužiti kao inspiracija budućim liderkama koje će menjati svet nabolje.

USPEŠNE POSLOVNE ŽENE APATINSKE PIVARE: RAZBIJANJE PREDRASUDA

U svetu pivarske industrije se, po nekom nepisanom pravilu, smatra da u tim vodama dominiraju muškarci. Međutim, Apatinska pivara pokazuje da se žene odlično snalaze u tom poslu. U srcu ove renomirane kompanije nalaze se inspirativne žene koje svakodnevno razbijaju predrasude i dokazuju da uspeh ne poznaje rodne granice. Njihova posvećenost, stručnost i nepokolebljiva volja, ne samo da unapređuju poslovanje pivare, već i postavljaju nove standarde u industriji. Kroz svoje priče, žene pokazuju da snaga, upornost i profesionalizam dolaze iz strasti i ljubavi prema poslu koji rade. Apatinska pivara nije samo mesto proizvodnje vrhunskog piva, već i simbol jednakosti i jednakih mogućnosti za sve

Da prisutnost žena nije samo statistika, već inspiracija za mnoge, dok hrabro premošćuju jaz između tradicionalnih očekivanja i stvarnosti, potvrđuju nam sagovornice iz Apatinske pivare: Dubravka Milovanović, nacionalni menadžer za kontrolu kvaliteta i bezbednost na radu, Bojana Brajković koja je upravo nagrađena prestižnom kompanijskom nagradom za najboljeg komercijalistu u regionu Beograd a potom promovisana u prvu ženu menadžera prodaje u Apatinskoj pivari ikada i Jelena Pavićević, direktorka marketinga za Srbiju i Crnu Goru.

Dubravka Milovanović – put od školske klupe do odgovornih menadžerskih pozicija u proizvodnji

Dubravka Milovanović se odmah po završetku studija uhvatila ukoštac sa zahtevnim procesima u proizvodnji u Apatinu, a sada je u okviru Compliance tima preuzela vođstvo za QFS (Quality Food and Safety). Za Dubravku važi da je pravi maestro u proizvodnji, koji već godinama značajki i posvećeno rukovodi značajnim i zahtevnim procesima. „Nije uvek bilo lako. Neki od izazova sa kojima sam se susrela su smenski rad, generacijski jaz, ali sam ih sve



uspešno savladala uz podršku svojih linijskih menadžera i koristila brojne pogodnosti koje kompanija pruža: mogućnost za učenje, sticanje širine u sagledavanju procesa i načinu razmišljanja. Moj cilj je prenošenje znanja i razvijanje saradnika, kao i novih talenata. Apatinska pivara je moj izbor zato što je prirodno da svi žele da budu deo uspešnog tima, a ovde imamo tu mogućnost“, kaže Dubravka.

Bojana Brajković pomera granice - Area Sales Manager za regiju Beograd i prva dama koja će voditi prodajni (on trade) tim



U vreme kada je počinjala da radi, pre 17 godina, Bojana Brajković je bila jedina žena u prodaji Apatinske pivare. Dok pišemo ovaj tekst Bojana „gazi“ svoj prvi mesec rada na novoj poziciji i unapređenju na poziciju menadžera prodaje, što je čini prvom ženom na toj poziciji u istoriji rada Apatinske pivare.

„Naučila sam i stekla mnoga iskustva. Imala, kao i svi, uspona i padova koji su me samo osnažili, dobila podršku i pohvalu za svoj rad. Samim tim došla je i kompanijska nagrada za najboljeg komercijalistu 2023. godine za beogradsku regiju, koja je ujedno i jedna od najvećih. Uživam u svom poslu jer nijedan dan nije isti i svakodnevno stičem nova iskustva. Tu je i dobar tim kolega koji su uvek tu i predstavljaju moju drugu porodicu. Ukoliko me pitate – kako žena može da bude uspešna u svakodnevnoj borbi na terenu u prodaji, kažem – jednostavno! Mnogi kažu da su žene sinonim za multitasking, što sigurno pomaže u prodajnim situacijama, kao i prilagodljivost u nepredviđenim situacijama. Takođe, iskustvo me je naučilo da se pola posla završava dobrom pripremom, a potom i građenjem sjajnih odnosa sa kupcem“, navodi Bojana.

Jelena Pavićević – NIKAD NE RECI NIKAD da usp(j)ešno možeš da vodiš dva fantastična tima u dve zemlje u isto vreme

Jelena Pavićević je direktorka marketinga Apatinske pivare za Srbiju i Pivare Trebjesa za Crnu Goru. Marketinški je profesionalac sa preko 20 godina iskustva na polju

marketinga u pivarskoj industriji. Svoju karijeru započela je u pivari Trebjesa u Nikšiću gde je godinama uspešno radila na razvojnim strategijama Molson Coors brendova na crnogorskom tržištu, posebno Nikšićkog piva. Na poziciju direktora marketinga za Srbiju i Crnu Goru je imenovana prošle godine, u avgustu.

„Drago mi je da na liderskim pozicijama u Apatinskoj pivari radi skoro 50 odsto žena, a u planu je da se kroz program 'Različitost, jednakost i inkluzija' još više poveća taj broj. Samo da pojasnim, nama nije cilj da povećamo broj žena samo zbog toga što su žene, već da pružimo priliku i njima da ravnopravno konkurišu na radna mesta, da razbijemo stereotipe o tipično muškim ili ženskim zanimanjima, a najbolji kandidati će dobiti priliku. Ovaj pristup je i dokazao da smo uspeli da unapredimo ovu ravnotežu kroz gore pomenuti program. Naše pivarsko okruženje se brzo razvija, dinamično je i izazovno, i mi smo, u svim segmentima poslovanja, zahvalni našim 'moćnim' damama koje pomažu da naša pivara raste i dugi niz godina ostaje inspirativno i sjajno mesto za razvoj i rad. Kako i naša kampanja za Jelen pivo kaže 'Nikad ne reci nikad' i pruži šansu ne samo ženi, već i nekome ko ima dosta godina staža, mladim osobama bez iskustva, osobi koja zbog određenih nedostataka u nekoj drugoj sredini može da bude diskriminisana, jer samo tako stvaramo okruženje gde te cene i vrednuju i gde možeš da budeš najbolja verzija sebe“, kaže Jelena.



ČEKA NAS JOŠ JEDNA VELIKA TRANSFORMACIJA

Zorana Branković, članica Izvršnog odbora i direktorka za upravljanje operativnim poslovima Banca Intesa

S pojavom generativne veštačke inteligencije, bankarstvo se, kao i mnoge industrije, ponovo nalazi na početku još jedne velike transformacije koja će neizostavno uticati na promenu procesa poslovanja banaka iznutra i spolja. Do pre nekoliko godina, tehnologija se u bankama koristila samo u svojstvu podrške poslovnim procesima, a kao neophodnost u funkcionisanju čitavog sistema. Danas je jedna od glavnih strateških odrednica u poslovnoj strategiji banaka, a koliko je značajna govori to da poslovni uspeh banaka zavisi od toga koliko dobro koriste tehnologije

U bankarstvo je, kaže Zorana Branković, ušla zapravo sasvim slučajno.

„Počela sam da radim još u studentskim danima u kompaniji koja se bavila uvozom sportske opreme. U tom periodu, saznala sam i da tadašnja Delta banka ima otvoren konkurs za zaposlenje u tehničkoj podršci za elektronsko bankarstvo. Budući da je te 2002. ono još uvek bilo na početku i u fazi priprema za prve korisnike i transakcije, zainteresovala sam se, prijavila i dobila posao“, priseća se ona.

Od tada, punih dvadeset godina, upravljala je brojnim projektima koji su doneli novitete u oblasti digitalnog bankarstva na naše tržište, a svojim najvećim uspehom do sada smatra inicijativu koju je pre nekoliko godina pokrenula sa partnerima iz Kancelarije za informacione tehnologije i eUpravu.

„U pitanju je izdavanje Consent ID, kvalifikovanog sertifikata u cloud-u koji je razvila eUprava, a koji se koristi kao elektronska zamena za svojeručni potpis. Ujedno, Banca Intesa postala je prva institucija koja podržava proces elektronskog izdavanja ovog sertifikata kroz novu funkcionalnost u okviru mobilnog bankarstva. Zahvaljujući tome, omogućili smo korišćenje ConsentID-a za ugovaranje usluga i proizvoda banke onlajn, bez odlaska u ekspozituru. Tako, odnedavno, naši klijenti putem digitalnog bankarstva mogu da ugovore i realizuju keš kredit na iznos od 1.200.000 dinara, koliko je maksimalno moguće podići i na šalterima

banke, a planiramo da u narednom periodu, ovaj proces primenimo i na niz drugih proizvoda i usluga“, kaže Zorana Branković.

Već dvadeset godina ste u ovoj oblasti. Koliko se bankarstvo promenilo od tada i šta nas tek očekuje?

Banca Intesa timu sam se pridružila u periodu kada se tek uvodilo elektronsko bankarstvo, te je transformacija kojoj sam svedočila bila zaista ogromnih razmera. Takva da nas je dovela do toga da danas imamo preko 600.000 digitalnih korisnika, 98 odsto digitalizovanih transakcija i sve više usluga koje se mogu obaviti potpuno digitalno. Neke od aplikacija bez kojih danas ne možemo da zamislimo bankarstvo, poput mobilne aplikacije ili digitalnih novčanika, tada nisu ni postojale, a promenilo se i tradicionalno bankarstvo – ekspoziture su sada, pre svega, tu da ponude savetodavnu uslugu koja će klijentima olakšati izbor proizvoda banke koji može da zadovolji njihove potrebe i očekivanja.

Ipak, s pojavom generativne veštačke inteligencije, bankarstvo se, kao i mnoge industrije, ponovo nalazi na početku još jedne velike transformacije koja će neizostavno uticati na promenu procesa poslovanja banaka iznutra i spolja. Do pre nekoliko godina, tehnologija se u bankama koristila samo u svojstvu podrške poslovnim procesima, a kao neophodnost



Kontinuirano smo posvećeni i unapređenju liderskih kompetencija naših koleginica. Primer je projekat Women4Future, koji je naša matična Intesa Sanpaolo grupa pokrenula sa ciljem da podstakne inovativan način razmišljanja i osnaži žene kroz niz specijalizovanih treninga i edukacija. Prošle godine smo ga pokrenuli i na lokalnu

u funkcionisanju čitavog sistema. Danas je jedna od glavnih strateških odrednica u poslovnoj strategiji banaka, a koliko je značajna govori to da poslovni uspeh banaka zavisi od toga koliko dobro koriste tehnologije, što najbolje opisuje razmere promena koje nam je digitalna transformacija donela.

Bankarstvo se doskoro smatralo muškom profesijom. Deluje da se danas taj odnos polako menja, imajući u vidu da raste broj žena zaposlenih u sektoru. Koliko je za mlade žene koje tek ulaze u posao važno da se u okviru same kompanije neguje kultura podrške ženama i njihovog napretka na poslovnoj lestvici?

Iako se bankarstvo i tehnologije i dan-danas smatraju pretežno muškim profesijama, moje iskustvo bilo je potpuno drugačije. Imala sam veliku sreću što sam se razvijala i napredovala u kompaniji u kojoj se oduvek negovala kultura meritokratije i osnaživanja žena, čemu u prilog govori činjenica da trenutno na rukovodećim pozicijama u banci radi preko 57 odsto žena, kao i da je čak pune dve decenije i na njenom čelu bila upravo žena. Stoga smo kontinuirano posvećeni i unapređenju liderskih kompetencija naših koleginica. Primer je projekat Women4Future, koji je naša matična Intesa Sanpaolo grupa pokrenula sa ciljem da podstakne inovativan način razmišljanja i osnaži žene kroz niz specijalizovanih treninga i edukacija. Prošle godine smo ga pokrenuli i na lokalnu. Uz pažljivo razvijeni edukativni program, koji smo im stavili na raspolaganje, 40 naših koleginica, delom budućih, a delom već iskusnih liderki, povezali smo i kroz sistem mentorstva omogućivši im da razmenjuju znanja, iskustva i otvaraju nove perspektive zajedničkog razvoja i poslovanja.

Koje su najvažnije lekcije koje ste naučili tokom svoje karijere i šta biste savetovali budućim liderkama?

Svaki novi dan donosi nam prilike da naučimo nešto novo, nezavisno od toga koliko se dugo bavimo određenom oblašću. Uvek to treba imati na umu, a mladim, budućim liderkama, poručila bih da je od velikog značaja da pronađu oblast, odnosno profesiju koja ih ispunjava i inspiriše, kao i da nikada ne prestanu da rade na sebi, čitaju, konstantno se unapređuju, ali i da uče ne samo iz svojih, već i iz tuđih grešaka – one su sastavni deo puta ka uspehu. Važno je i da dobro poslože prioritete, vođene ličnim i profesionalnim aspiracijama, kako bi održale dobar balans i imale vremena za sve one oblasti, potrebe i interesovanja koja ih pokreću u životu. Za kraj, neka biraju saradnike tako da ih nadopunjuju, jer je dobar tim onaj koji pravi najbolje rezultate, a rezultati su tu da ih vode ka uspehu.

PIVARSTVO ZA BOLJE DANAS I SUTRA

Jovana Vještica, menadžerka korporativnih poslova u kompaniji
Carlsberg Srbija

Veliki broj projekata je realizovan u Srbiji, počev od stanice za prečišćavanje otpadnih voda, kotla na biomasu, CO2 stanice i drugih investicija, koje su doprinele da se znatno uveća procenat korišćenja obnovljivih izvora energije u ukupnoj potrošnji energije, a naš cilj jeste ostvarivanje svih Carlsbergovih „Zajedno ka nuli“ ambicija u narednom periodu

Kompanija Carlsberg posluje u Srbiji nešto više od 20 godina i u ovom periodu, u proširenje proizvodnih, logističkih i prodajnih kapaciteta, ali i razvoj brendova investirano je oko 200 miliona evra.

„Danas naša kompanija u ponudi ima bogat portofolio koji broji 14 brendova i zapošljava više od 700 ljudi, dok izvoz u zemlje Evrope, Južne Amerike, Afrike i Bliskog istoka, čine oko 44 odsto proizvedenog volumena u pivari u Čelarevu“, kaže Jovana Vještica i dodaje da i ove godine aktivno rade na investicijama kako u proizvodnju i skladištenje, tako i u tehnologiju i procese koji doprinose efikasnijem iskorišćenju energenata i smanjenju uticaja na životnu sredinu.

Kakvi su rezultati programa „Zajedno ka nuli“ koji je Carlsberg uveo 2016. godine i kakvi su dalji planovi po pitanju održivosti proizvodnje?

Svoj progres u ostvarenju ambicija postavljениh programom „Zajedno ka nuli“, koji uključuje sva tržišta na kojima Carlsberg posluje, među kojima je i Srbija, Carlsberg Grupacija komunicira kroz svoj godišnji ESG izveštaj (Environmental, Sustainability and Governance Report).

Navešću samo neke od glavnih rezultata u prošloj godini i od lansiranja programa.

Ukupne emisije ugljen-dioksida u našim pivarama smanjili smo za dodatnih šest odsto prošle godine – i za 57 odsto od 2015. godine – na našem putu ka nultoj emisiji. Relativne emisije po hektolitr piva smanjene su za 59 odsto od 2015. godine. Carlsberg Grupacija naporno radi na minimiziranju uticaja na životnu sredinu tako što činimo sve naše pivare što efikasnijim. Na globalnom nivou, koristili smo samo 2,5 hektolitara (hl) vode za svaki hektolitar piva koji smo proizveli 2023. godine – što je smanjenje od 31 odsto u odnosu na 2015. godinu. Cilj nam je da globalno dostignemo 2,0 hl/hl do 2030. godine.

Kada je u pitanju Srbija, veliki broj projekata je realizovan, počev od stanice za prečišćavanje otpadnih voda, kotla na biomasu, CO2 stanice i drugih investicija, koje su doprinele da se znatno uveća procenat korišćenja obnovljivih izvora energije u ukupnoj potrošnji energije, a naš cilj jeste ostvarivanje svih Carlsbergovih „Zajedno ka nuli“ ambicija u narednom periodu.



Žene pre koju deceniju nisu skoro ni razmatrane za rukovodeće pozicije, pa se samim tim u njihov razvoj nije ni ulagalo niti su mogle biti prepoznate kao talenti u organizaciji. Nažalost, uloga žene kao majke još uvek se kod nekih poslodavaca navodi kao razlog za nemogućnost dugoročnog napretka u karijeri

Koje inovativne pristupe u marketingu koristite za privlačenje ciljnih grupa u Srbiji, pogotovo mlađih generacija?

Uključivanje modernih tehnologija u aktivnosti koje sprovodimo, korišćenje društvenih mreža i saradnja sa ljudima koji se profesionalno bave sadržajem na istim – takozvanim influenserima, definitivno je pravac u kom ide savremeni marketing.

Možda je do pre par godina i bilo moguće, ali danas se sigurno ne može ignorisati uticaj koji društvene mreže imaju u kreiranju trendova, imidža, na kraju i u usmeravanju interesovanja velikog dela društva. Kao kompanija koja proizvodi i nudi svoje proizvode širokoj ciljnoj grupi, neminovno je da veliki broj aktivnosti upravo usmeravamo ka ovim kanalima komunikacije. Posebno kada su u pitanju brendovi poput Tuborga, Somersbyja ili Blanca, čiji su konzumenti značajni korisnici modernih tehnologija i društvenih mreža.

Pritom, ne govorim samo o brend komunikaciji, novije tehnologije, poput različitih aplikacija i slično, koriste se i u brojne trejd aktivnosti, kako sa kupcima, tako sa krajnjim potrošačima.

Po čemu se razlikuje pristup potrošačima u Srbiji i u nekim drugim evropskim zemljama ili na drugim tržištima?

Ne postoji mnogo razlike osim što, iskustveno govoreći, evropski trendovi dolaze na domaće tržište sa određenim zakašnjenjem, pa samim tim neke inovacije predstavljamo nakon što su određeni period već bile aktuelne na drugim tržištima.

Šta prepoznajete kao najveću barijeru za napredak žena ka rukovodećim pozicijama u našem društvu?

Jedna barijera zasigurno ima svoje istorijsko uporište, gde žene pre koju deceniju nisu skoro ni razmatrane za rukovodeće pozicije, pa se samim tim u njihov razvoj nije ni ulagalo niti su mogle biti prepoznate kao talenti u organizaciji. Nažalost, uloga žene kao majke još uvek se kod nekih poslodavaca navodi kao razlog za nemogućnost dugoročnog napretka u karijeri. A upravo obrnuto, mislim da treba raditi na zajedničkom pronalaženju načina da se ženi koja ima potencijala, na kraju krajeva i ambicije za profesionalni razvoj, omogući da taj potencijal maksimalno iskaže u okolnostima u kojima ona ima i druge uloge u društvu i pre svega porodici.

Koliko je teško biti uspešna žena i graditi karijeru u pivskoj industriji koja bi mogla da se okarakteriše kao muška branša?

Ja sam imala sreću da prvo zaposlenje upravo bude u kompaniji koja i te kako vodi računa o rodnoj ravnopravnosti i u svom razvoju u Carlsbergu nisam se susretala sa poteškoćama koje su bile zasnovane na rodnoj pripadnosti. Činjenica je da je zbog percepcije pивske kao muške industrije, broj žena koji uopšte aplicira na neke pozicije, pre svega u komercijalnom sektoru, izuzetno mali. Zato sada prilikom zapošljavanja, veoma obraćamo pažnju da naši oglasi budu jednako primamljivi i ženama kao i muškarcima, jer je percepcija muške industrije zasnovana na čistim predrasudama.

Osećaj jednakosti i slobode da izraze svoju različitost bez ikakve bojazni, daje motivaciju ljudima da daju svoj maksimum tu gde jesu

Kakva je politika kompanije Carlsberg, s obzirom na to da je matično iz Danske, kad je u pitanju podsticanje rodne ravnopravnosti? Da li se primenjuju rodne kvote i u kojim zemljama?

Ovo pitanje deo je strateške orijentacije Carlsberg Grupacije. Kao kompanija, posvećeni smo rodnoj ravnopravnosti i integrisali smo rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena u našu poslovnu strategiju. Pivarstvo jeste istorijski industrija u kojoj dominiraju muškarci, i osećamo značajnu odgovornost da unapredimo našu posvećenost rodnoj ravnopravnosti i osnaživanju žena u Carlsbergu.

Verujemo da postizanje rodne ravnoteže otvara put ka raznovrsnijoj reprezentaciji kompanije tako da smo na globalnom nivou postavili vremenski ograničene ciljeve za udeo žena na liderskim pozicijama – cilj je da do kraja 2024. godine dostignemo udeo od 30 odsto žena na liderskim pozicijama, i minimum od 40 odsto tokom vremena. Ako govorimo o lokalnim tržištima Carlsberg Srbija Grupe (Srbija, Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Albanija), trenutna zastupljenost žena u menadžerskim timovima (menadžeri i direktori) iznosi nešto preko 30 odsto, ali aktivno radimo na dodatnom uvećanju ovog procenta.

Pored toga, želela bih da naglasim da je pored našeg Kodeksa ponašanja, politike ljudskih prava i politike raznovrsnosti, jednakosti i inkluzije, naša kompanija u 2023. godini uvela obaveznu obuku o prevenciji seksualnog uznemiravanja za sve zaposlene globalno. Ova inicijativa ima za cilj da ojača posvećenost kompanije negovanju sigurnog i inkluzivnog radnog okruženja za sve.

Koliko je za lični uspeh žene koja gradi svoju karijeru važno da kompanija ima podsticajnu klimu koja je otvorena za rodnu ravnopravnost?

Veoma je važno da se zaposleni u kompaniji osećaju jednako tretiranim od strane organizacije po svakom kriterijumu. I taj osećaj jednakosti i slobode da izraze svoju različitost bez ikakve bojazni, daje motivaciju ljudima da daju svoj maksimum tu gde jesu.

Šta vidite kao benefite za kompaniju koja ima ravnopravno zastupljena oba pola na vodećim pozicijama i u liderskim timovima?

Mislim da smo svi mi različiti i te različitosti doprinose širini posmatranja poslovanja, što je veliki benefit. Ne bih mogla da kategorizujem žene kao rukovodioce po nekim karakteristikama, jer mislim da bi i to na neki način bile predrasude, već radije smatram da je raznolikost lidera na vodećim pozicijama u kompaniji, prednost kompanije pri dugoročnom planiranju svog razvoja.

Kada ste počeli da radite za Carlsberg i kako se vaša karijera razvijala do tada?

U Carlsbergu sam od 2008. godine kada sam primljena kao student na stručnu praksu u komunikacijama. Mogu reći da je moj put razvoja u ovoj kompaniji knjiški i svaka godina donela mi je napredak i na profesionalnom planu i kao ličnosti. Danas pokrивam mnogo više oblasti nego na svojim počecima, ali je elan sa kojim radim isti, ako ne i veći, jer je okruženje motivišuće.

Kako uspostavljate balans između privatnog i poslovnog života?

Balans postizem isključivo postavljanjem prioriteta, i kada je posao u pitanju, a i u privatnom životu. Trudim se da jasno sebi definišem šta je to što je meni u životu zaista važno i šta je ono što me ispunjava i čini srećnom. A to je negde kombinacija kvalitetnog vremena sa porodicom i razvoj u profesionalnom smislu.

NEGUJEMO KOMUNIKACIJU I PARTNERSTVA KOJA TRAJU

Tamara Bekčić, Milena Avramović Bjelica i Olivera Petrović

iz agencije za odnose s javnošću Chapter 4

Nije lako biti žena na čelu bilo koje kompanije ni u svetu, a još je kompleksnije u zemlji kakva je Srbija. Sazrevale smo kao menadžeri zajedno sa kompanijom koju smo osnovale - gradile smo sebe i kompaniju, učile i podržavale jedna drugu i ceo tim

O komunikaciji i ženskom pečatu liderstva razgovarali smo sa tri direktorke uspešne agencije za odnose s javnošću – Chapter 4. Kompaniju su pre skoro 15 godina osnovale Tamara Bekčić i Milena Avramović Bjelica, dok im se Olivera Petrović priključila nešto kasnije. Chapter 4 agencija je za svoj rad sa klijentima ponela veliki broj prestižnih komunikacijskih nagrada – domaćih i međunarodnih, a jedna od njih je i European Excellence priznanje prošle godine, prvo ikada dodeljeno za agenciju i projekat iz Srbije.

Kada ste osnivale agenciju Chapter 4, da li ste imale svoje uzore i kako ste izgradile uspešan tim?

Tamara Bekčić, generalna direktorka i suosnivačica agencije Chapter 4: U trenutku osnivanja firme, Milena i ja smo već imale dovoljno poslovnog iskustva da znamo šta želimo da stvorimo i postignemo, ugledajući se na internacionalne, uspešne kompanije i PR mreže.

Iako u našoj struci dominiraju žene, zapravo ih je na rukovodećim pozicijama tada bilo vrlo malo. Volela bih da smo imale ženske uzore, ali to nije bio slučaj. Međutim, brzo smo shvatile koliko je značajan plan stvaranja nezavisne komunikacijske agencije sa međunarodnim prisustvom, a posebno kao ženski, preduzetnički poduhvat. Sazrevale smo kao menadžeri zajedno sa kompanijom koju smo osnovale - gradile smo sebe i kompaniju, učile i podržavale jedna drugu i ceo tim.

Mnogo toga se promenilo proteklih godina. Danas, više od sto klijenata kasnije i posle barem pet puta toliko kampanja i projekata, sa sigurnošću mogu da kažem da smo bile uspešne u savetovanju klijenata i izgradnji tima, da sam zahvalna na podršci koju nas tri pružamo jedna drugoj i na tome koliko kvalitetan i pouzdan tim imamo.

Tokom godina smo svoja poslovna znanja i iskustva delile sa mlađim kolegicama i prihvatale pozive da držimo predavanja ili učestvujemo u mentorskim programima. Činjenica je da u struci ima veliki broj sjajnih žena, a da je i danas još uvek nedovoljan procenat njih u upravnim odborima ili najvišim funkcijama, posebno u kompanijama. Nadam se da ćemo to promeniti, kako svojim primerima, tako i aktivnom podrškom mladim kolegicama.

Milena Avramović Bjelica, izvršna direktorka i suosnivačica agencije: Tako je, naša mreža posluje u više od 10 zemalja Centralne i Jugoistočne Evrope. Pored Srbije, žene su osnivači i vode agencije u još nekoliko zemalja. Ne bih rekla da je važno kog je pola onaj ko vodi kompaniju, važnije je kako je vodi i koje su to vrednosti koje kompanija kreira i kojih se pridržavaju i menadžment i zaposleni. Naša je sreća što se kao komunikatori dobro razumemo i što imamo uzajamno poštovanje, čak i u situacijama kada nemamo isto mišljenje. Zato naše partnerstvo i traje ovoliko dugo i rekla bih da to doprinosi i uspehu tima i same agencije. Uvažavanje svih različitosti i mišljenja negujemo u celom timu i to je naša snaga - različitosti nas inspirišu i motivišu.

O uspešnosti agencije svedoče, kako je Tamara već i rekla, brojne prilike u kojima smo delile svoja saznanja i iskustva i osnaživale mlade da se bave komunikacijama, ali i nagrade koje smo obe dobijale od kolega iz struke za doprinos razvoju i unapređenju komunikacija. Nije lako biti žena na čelu bilo koje kompanije ni u svetu, a još je kompleksnije u zemlji kakva je Srbija, gde smo svedoci sunovrata u svim sferama društva, posebno ukoliko se pridržavate moralnih i etičkih principa i u poslovanju i u životu. Ponosne smo što smo pre sedam godina potpisale



Nije važno kog je pola onaj ko vodi kompaniju, važnije je kako je vodi i koje su to vrednosti koje kompanija kreira

Helsinšku deklaraciju o etičkom poslovanju u struci, koju je definisala najveća globalna strukovna organizacija ICCO (International Communications Consultancy Organization). Verujem da naš uspeh potiče i od toga što se ni Tamara, ni Olivera, ni ja nismo plašile grešaka i što svakodnevno nalazimo inspiraciju u onom što radimo i u ljudima sa kojim radimo, i to ne samo našim kolegama, već i klijentima, partnerima, saradnicima, negujući partnerstva koja traju.

Koliko je danas u Chapter 4 PR agenciji prisutno osnaživanje žena u poslovnom ambijentu i šta ono podrazumeva?

Olivera Petrović, PR direktorka: Kao agencija čiji tim čini 80 odsto žena, svesne smo važnosti uzajamne podrške i razumevanja u okviru tima, uz stalan fokus na visoke poslovne standarde i kvalitet podrške koju pružamo klijentima. Oslanjanje na iskustvo i ekspertizu tima, tržišne uvide, integritet i etičnost, principi su kojima se vodimo u svakodnevnom radu. Sve to je začinjeno razumevanjem, empatijom i širinom sagledavanja situacije, što zapravo doprinosi da rezultati koje ostvarujemo budu visoko kvalitetni. Intenzivno radimo i na osnaživanju kolegica, a naročito onih koje su na početku karijere i koje svoja prva poslovna iskustva tek treba da steknu. Nažalost, brojni su izazovi i prepreke sa kojima se kao žene u poslovnom svetu susrećemo – od predrasuda do nejednakog tretmana. Naravno, godine iskustva daju ličnu i profesionalnu snagu da se to prevaziđe, ali ono što za kolegice i saradnice možemo da uradimo jeste podrška. Od prvog trenutka kada uđu u Chapter 4 nastojimo da držimo otvorena vrata za sva pitanja, nedoumice, dileme, savete, mentorske programe, prilike za rast i učenje, ali i za veštine upravljanja interpersonalnim odnosima. Pored internih inicijativa, koje su usmerene na profesionalnu edukaciju, organizujemo i brojne edukacije na teme koje se bave upravljanjem konfliktima, emocijama, savladavanjem poslovnih izazova, brigu o mentalnom zdravlju. Svaki novi dan je prilika da sve to i primenimo, ali i da kontinuirano učimo nove stvari i budemo sve bolje. Negujemo kulturu u kojoj je žena ženi drug, ali i saradnik, mentor i podrška.

OSNAŽIVANJE I INKLUZIJA: COCA-COLA KAO POKRETAČ POZITIVNIH PROMENA

Gorica Stojković, generalni menadžer za Srbiju, Crnu Goru i Severnu Makedoniju u kompaniji Coca-Cola

Jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Coca-Cola sistema je postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama

Kompanija Coca-Cola je kompanija modernih, globalnih vrednosti i pokretač pozitivnih promena sa svojim snažnim portfoliom humanitarnih akcija, kroz koje demonstrira posvećenost društvenoj odgovornosti i globalnom poboljšanju. O rodnoj ravnopravnosti u korporativnom svetu, osnaživanju žena, ali i važnosti inkluzije u svim segmentima života i poslovanja, razgovaramo sa Goricom Stojković, generalnim menadžerom za Srbiju, Crnu Goru i Severnu Makedoniju u Coca-Cola kompaniji.

Istraživanje svetske konsultantske kuće McKinsey pokazalo je da kompanije koje imaju veće učešće žena u upravljačkim strukturama, imaju 25 odsto veću verovatnoću da ostvare veću profitabilnost. Koliko se u vašoj kompaniji poštuje praksa učešća žena u upravljačkim strukturama?

Tokom čitave svoje istorije Coca-Cola se zalagala, i zalaže se i dalje, za različitost, jednakost i inkluziju, bez obzira na poreklo, identitet ili položaj. Sve tri kompanije unutar Coca-Cola Sistema (Coca-Cola Company, Coca-Cola HBC i Bambi) iza sebe imaju veliki broj kampanja i inicijativa koje se bave raznim društveno odgovornim temama, uključujući i rodnu ravnopravnost, kao trenutno jako istaknuto i aktuelno pitanje. To najbolje dokazuje činjenica da je žena u upravnom odboru naše kompanije bila još davne 1934. godine. To je bio početak, a jedan od ciljeva održivosti do 2025. godine na nivou Sistema je postizanje pune rodne ravnopravnosti na menadžerskim pozicijama.

Zašto su diverzitet i inkluzija od tolikog značaja?

Težimo da naša radna snaga odražava raznolikost zajednica kojima služimo. Verujemo da različito poreklo, različite perspektive i različiti načini razmišljanja

stvaraju radno okruženje u kojem svi možemo da učimo i rastemo i rezultiramo boljim rešenjima. Kroz naših pet evropskih mreža za inkluziju, fokusiranih na pet dimenzija različitosti (ravnoteža polova, LGBTQ+, kultura i nasleđe, generacije i životna iskustva, sposobnosti i dobrobit), omogućavamo različite perspektive i negujemo inovacije i saradnju širom kompanije, istovremeno promovišući kulturu prihvatanja i pripadanja. Kompanija Coca-Cola je i među prvima u svetu koja je, još 1971, uključila DEI teme (diversity, equity, inclusion) kao deo svojih kampanja.

Kao pokazatelj da se u sistemu vrednosti kompanije na visoko mesto nalazi filantropija, Coca-Cola je osnovala i svoju Fondaciju. Koja su njena zaduženja?

Coca-Cola Fondacija je globalna filantropska organizacija Coca-Cole, registrovana u SAD, koja svake godine donira ukupno 1% prihoda u dobrotvorne svrhe. Strategija organizacije se fokusira na sledeće oblasti: jačanje ekonomskog položaja i preduzetništva žena; zaštita voda i recikliranje; zdrav životni stil, obrazovanje i razvoj mladih. Tako da se i kroz Fondaciju bavimo rodnom ravnopravnošću i utičemo na poboljšanje uslova života i rada žena u okviru svih zajednica u kojima poslujemo.

Kakva je situacija sa zapošljavanjem žena u Srbiji, kada je vaša kompanija u pitanju?

Sa ponosom mogu da kažem da je situacija veoma dobra, kao i da mi uvek predano radimo na sebi, našoj korporativnoj kulturi i brizi o ljudima. Coca-Cola Sistem obezbeđuje čak 0,5% od ukupnog broja radnih mesta u Srbiji, od kojih preko 1.600 direktnih radnih mesta i još skoro 15.000 radnih mesta podržanih u lancu vrednosti.



Naši ljudi su naša snaga, zato u njih treba ulagati, podsticati timski rad i saradnju unutar timova, uz kvalitetno vođenje koje inspiriše i motiviše zaposlene

Žene čine 67,7% menadžerskih pozicija u Coca-Cola HBC u Srbiji, u Coca-Cola kompaniji 50%, a u Bambiju 46,97%.

Brojke govore sve, ali se mi na ovome ne zaustavljamo. Naši ljudi su naša snaga, zato u njih treba ulagati, podsticati timski rad i saradnju unutar timova, uz kvalitetno vođenje koje inspiriše i motiviše zaposlene.

Koliko je razvoj zaposlenih važan stub Coca-Cola kompanije i zašto?

Naši zaposleni su naš ključni resurs i stoga im nudimo prilike za učenje, rast i doprinos zajednici. Dajemo prioritet slušanju njihovih potreba, a kontinuirani napredak je nešto što utiče na stvaranje bolje zajedničke budućnosti - kroz pružanje jednakih mogućnosti za sve i negovanje osećaja pripadnosti, kako na radnim mestima tako i u zajednicama u okviru kojih poslujemo. Pored toga, predano radimo na poboljšanju ravnoteže između

poslovnog i privatnog života naših zaposlenih, zbog čega saradujemo sa mnogobrojnim globalnim i lokalnim organizacijama.

Šta je ključno za postizanje održivog rasta jedne kompanije?

Kreiranje vrednosti za naše klijente, zajednice, investitore i zaposlene – ključno je za postizanje održivog, dugoročnog rasta. Mi predstavljamo brendove i programe koji postaju ključni delovi planova rasta naših kupaca, angažujući ih u zajedničkim naporima za održiviju budućnost. Naš vodeći brend Coca-Cola ima ponosno nasleđe u promovisanju raznolikosti i inkluzije putem svog marketinga i sponzorstava, što ostaje u središtu načina na koji naše brendove danas plasiramo na tržište.

Kako vidite Coca-Cola kompaniju u Srbiji?

Vidim kompaniju Coca-Cola kao lidera u održivom razvoju, koji aktivno doprinosi zaštiti životne sredine i lokalnoj zajednici kroz različite inicijative poput reciklaže i podrške lokalnim projektima. Takođe, Coca-Cola kontinuirano teži inovacijama kako bi ostala relevantna i zadovoljila potrebe potrošača u današnjem dinamičnom okruženju. Uz to, kompanija se ističe svojom predanošću razvoju ljudskih resursa, pružajući obuke, podršku i mogućnosti za napredovanje svojim zaposlenima, što rezultira motivisanim i angažovanim timom. Sve ovo zajedno čini Coca-Colu neizostavnim partnerom u postizanju održivog rasta i prosperiteta u Srbiji.

12 liderki Coca-Cola HBC Srbija:

42,5%
**ŽENA NA
 MENADŽERSKIM
 POZICIJAMA.**



12 PRIČA O VOĐSTVU, INSPIRACIJI I PROMENAMA

Sa ciljem da do 2025. godine imaju 50% žena na menadžerskim pozicijama, Coca-Cola HBC primer je kompanije koja kroz jednakost, raznolikost i inkluzivnost gradi snažnije timove i menja stereotipe o podelama poslova na ženske i muške. Danas, žene u Coca-Cola HBC Srbija čine 42,5% menadžerskih pozicija u kompaniji.

Kroz različite programe, kompanija ih podržava na leaderskom putu. Jedan od takvih je "Žene liderke", koji se realizuje na nivou cele Coca-Cola HBC Grupe od 2022. godine. Cilj ovog programa je, pored podrške, da pomogne u promeni kulturološke i rodne paradigme sa kojom se žene neretko susreću kako se uspinju na hijerarhijskoj lestvici. Do sada je 12 liderki iz Coca-Cola HBC Srbija prošlo kroz ovaj program i sa nama dele svoje inspirativne poruke i savete na temu liderstva, uspešnih timova, balansa, kao i prevazilaženja prepreka u ostvarivanju ciljeva i snova.

Doroteja Mičeta
 supervizorka distribucije.
 Za nju, uloga lidera je da
 inspiriše, usmerava i
 osnažuje tim.

**LIDERI TREBA DA
 BUDU MENTORI
 I MOTIVATORI,
 U ISTO VREME**

"Današnje lidere odlikuju pre svega empatija, vođenje i osnaživanje tima, uz neophodne veštine jasne komunikacije i donošenja odluka. Takve pojedince ljudi žele da slušaju i prate. U dinamičnom okruženju poput CCHBC-a, kontinuirano učenje i prilagodavanje promenama su neophodni i jedino takav put može izgraditi lidera koji je autoritet, ali i mentor i motivator u isto vreme".

Olga Branković
 menadžerka za ključne
 kupce u kompaniji
 Coca-Cola HBC Srbija,
 podelila je poslovno
 iskustvo koje je najviše
 oblikovalo kao mladu
 liderku.

**OD SAMIH
 REZULTATA,
 VAŽNIJE JE
 KAKO IH
 POSTIŽEMO**

"Nakon tri godine u komercijalnom sektoru Coca-Cola HBC Srbija, otisnula sam se u finansije i dobila šansu da vodim svoj tim. Nisam bila finansijski stručnjak, a tim koji sam preuzela već je imao solidno iskustvo. Bio je to pravi izazov, ali i nezaboravna lekcija. Shvatila sam koliko je važno biti empatičan, asertivan i fleksibilan kao lider. Iako je postizanje rezultata važno, još je važnije kako to postizemo. Pored toga, uvidela sam koliko je podrška ključna za mlade lidere, pružajući im prostor za greške, učenje i rast"

Maja Kraljević
 menadžerka prodaje za
 regiju Beograda i vodi
 tim dominantno
 sastavljen od muškaraca.
 Iako je balans važan,
 smatra da određene
 vrednosti u timu donose
 dominantno žene.

**PROMIŠLJANJE I
 INTUICIJA SU
 VREDNOSTI
 KOJE DONOSE
 DOMINANTNO
 ŽENE**

"Iako ne volim da generalizujem, rekla bih da žene često donose odluke s više promišljanja i konsultacija, dok su muškarci skloniji bržem i impulsivnijem odlučivanju. Upravo je zbog toga balansiran pristup ključan za uspešno odlučivanje, posebno u stresnim ili kriznim situacijama. Moja desetogodišnja karijera u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija pokazala je da podrška i solidarnost unutar tima brišu razlike između polova, kreirajući snažne, pobedničke timove".

Tijana Jezdović
 menadžerka za
 profitabilnost
 kategorija, smatra da je
 jedan od najvećih
 izazova za žene u
 savremenom
 poslovanju kako održati
 nivo energije i
 motivisati tim.

**IMATI ENERGIJU
 ZA RAZLIČITE
 ULOGE JEDAN JE
 OD NAJVEĆIH
 IZAZOVA ZA ŽENE**

"Za profesionalni uspeh, pored konkretnih ciljeva, važna je energija i pristup u radu sa drugim članovima tima. Preneti ljudima znanje, motivisati ih, a istovremeno im pružiti dovoljno izazova i mogućnosti da izađu iz zone komfora i profesionalno porastu je zaista zahtevno. Imajući u vidu savremeni tempo života i različite uloge koje žene imaju, smatram da su održavanje nivoa energije i njeno prenošenje na ljude oko nas najveći izazovi".



12 liderki Coca-Cola HBC Srbija:

Jelena Aritonović

menadžerka za komercijalne finansije, pronašla je svoju formulu za motivaciju tima.

**SA TIMOM
DELIM
PLANOVE,
OSEĆANJA, ALI I
NESIGURNOSTI**

“Trudim se da inspirišem svoj tim i stvorim atmosferu u kojoj svaki član razume važnost svog doprinosa poslovnoj strategiji. Negujem otvorenost i transparentnu razmenu informacija, tako što delim svoje planove, osećanja, pa čak i nesigurnosti. Smatram da je neophodno pokazati drugima svoje snage i slabosti, kako bismo podstakli brži napredak i razmenu energije u timu. Jedino timskim radom je moguće postići vrhunske rezultate“.

Ivana Ankić

menadžerka za rast prihoda u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija balans između poslovnih obaveza i privatnog života uspostavlja dobrim planiranjem i prisutnošću u svakom trenutku.

**PRISUTNOST U
TRENUTKU I
DOBRO
PLANIRANJE
GRADE BALANS**

“Za mene, balans znači dobro planiranje, kako moje lično, tako i sa drugim saradnicima, partnerom. Porodica mi je prioritet, ali i odvajanje vremena za sebe i lične obaveze. Važno je biti prisutan u svakom trenutku, što znači da ste zaista tu, da misli ne lutaju u drugom pravcu, da ste deo razgovora ili situacije. To znači da posao ostaje u granicama vremena koje je poslu i namenjeno. Ovladavanje ovom veštinom ne samo da gradi karakter, već je i jedini način da zaista budemo zadovoljni sobom, kvalitetom svog života i ulaganjem kako u odnose sa voljenim ljudima, tako i u poslovne poduhvate“.

Jovana Paljić

menadžerka za rast prihoda, kanale OOH i Region, odgovara na pitanje kako se nositi sa padovima i izazovima u karijeri.

**KARIJERA JE
KAO MARATON,
NE SPRINT**

“Jedna od najvažnijih lekcija koje sam naučila još od svojih roditelja je da je karijera više kao maraton, a manje kao sprint. Važno je imati širu, dugoročnu viziju i dati sebi prostora za učenje, eksperimentisanje i promene. Često sebi postavljamo visoke standarde od samog početka karijere, ali upravo nam prihvatanje grešaka i padova omogućava da napredujemo kako na ličnom planu, tako i profesionalno“

Milena Veljković

RED Lead, deli svoje iskustvo u suočavanju s predrasudama prilikom napredovanja u karijeri.

**STEREOTIPI
POSTOJE,
PODRŠKA
PORODICE
I ORGANIZACIJE
KLJUČNA**

“Imala sam sreću da počnem karijeru u ovoj kompaniji, gde sam imala podršku da se profesionalno razvijam i steknem vredno iskustvo. Međutim, još uvek postoji mnogo predrasuda u društvu o rodnoj ravnopravnosti. Često se suočavam sa stereotipima kao što su prevelika ambicija, strah da će moja karijera ugroziti porodični život ili da određeni poslovi pripadaju samo muškarcima. Srećom, ti komentari nikada nisu uticali na mene jer sam oduvek imala bezrezervnu podršku svoje porodice, uz koju je sve moguće“.

Ksenija Tatalović

senior pravna savetnica, deli sa nama šta bi organizacije trebalo da urade kako bi inspirisale više žena na leaderski put.

**MENTORSTVO,
FLEKSIBILNOST,
JEDNAKOST
U ZARADAMA I
NAPREDOVANJU
KLJUČ ZA
VIŠE ŽENA NA
LIDERSKIM
POZICIJAMA**

“Prioritet organizacija treba da bude diverzitet, jer raznolikost tima doprinosi bržim promenama, inovacijama, većoj motivaciji i jačem employer branding-u. Ključno je od starta pružiti mentorstvo i druge vidove podrške, te organizovati obuke koje će osvestiti predrasude i promovisati inkluzivnu kulturu na radnom mestu. Fleksibilnost je posebno važna za žene s porodicom, a ne smemo zaboraviti ni uvođenje jednakih plata i mogućnosti nelinearnog napredovanja“.

Ančica Đorđević

menadžerka finansijskog planiranja i analize, mladim koleginicama savetuje da veruju u sebe i svoje sposobnosti

**PORUKA ZA
MLADE LIDERKE :
VERUJTE U SEBE I
POSVEĆENO
RADITE NA
OSTVARIVANJU
SVOJIH SNOVA**

“Prvo i najvažnije je imati veru u sebe i svoje sposobnosti. Poručila bih im da budu istrajne u ostvarivanju svojih snova, da postavljaju ciljeve i rade postepeno na njihovom ostvarenju. Takođe da uče iz svakog iskustva i budu spremne na odgovornost za svoje postupke. Kao žene na leaderskim pozicijama, potrebno je da neguju svoje jedinstvene perspektive i koriste ih kao prednost“.

Ana Vučetić

senior finansijska analitičarka za profitabilnost kategorija, kojoj je učešće u programu “Žene liderke” donelo nove perspektive zahvaljujući saradnji

**NE POSTOJI
UNIVERZALNO
ISPRAVNO
REŠENJE,
LEPOTA JE U
RAZLIČITOSTIMA**

“Razgovori i razmena iskustva sa koleginicama iz različitih delova sveta su me duboko inspirisali. U ovom programu sam otkrila drugačije pristupe i perspektive, što mi je omogućilo da sagledam situacije iz više uglova. Posebno su me fascinirale kulturološke razlike, pokazujući da ne postoji univerzalno ispravno rešenje za iste situacije u kojima se nađemo“.

Tajana Kršić

je planerka u proizvodnji. Njen moto uspeha je da su upravo žene liderke u kompaniji

**ŽENA JE ŽENI
NAJVEĆA
PODRŠKA**

“Žena lider je izuzetno inspirativna, jer se upravo ona suočava sa preprekama i predrasudama na svakom koraku. Kombinacija snage, empatije i strateškog razmišljanja čini je suverenim, a istovremeno sofisticiranim liderom. Podrška razvoju drugih žena u kompaniji je ključna za stvaranje inspirativne zajednice liderki i unapređenje produktivnosti u organizaciji“.



POVEZIVANJE POSLOVNIH ŽENA JAČA I POJEDINCE I INDUSTRIJU

Maja Turković, izvršna potpredsednica CWP Europe

Međusobna podrška među ženama ključna je za njihov profesionalni razvoj. Povezivanje poslovnih žena jača i pojedince i industriju, donoseći nove perspektive i inovacije, a udružene možemo da ostvarimo značajne promene

Od početaka u Institutu „Nikola Tesla“ gde je radila kao naučna saradnica, preko rada u Ministarstvu rudarstva i energetike kao pomoćnica ministra, do razvoja prvih projekata obnovljivih izvora energije u regionu, Maja Turković značajna je učesnica u razvoju energetskog sektora i borbi za zelenu budućnost u Srbiji. Sada, kao izvršna potpredsednica kompanije CWP Europe, zajedno sa svojim timom na koji je, kako kaže, izuzetno ponosna, kontinuirano razvija inovativna rešenja za dekarbonizaciju naše planete.

„Ukratko, moj karijerni put bio je ispunjen učenjem, inovacijama i željom da doprinesem održivoj budućnosti, a energetika je bila moj poziv od početka, ali i inspiracija koja me i danas vodi kroz izazove i uspehe“, kaže Maja Turković.

Kako vidite budućnost obnovljivih izvora energije (OIE) u regionu, koliki je njihov potencijal?

Jugoistočna Evropa poseduje značajan potencijal za razvoj obnovljivih izvora energije, posebno energije vetra i sunca, koji je nedovoljno iskorišćen. Ovi resursi omogućavaju ekonomičnu proizvodnju energije iz obnovljivih izvora, a tehnološke inovacije omogućavaju prilagođavanje postrojenja specifičnim uslovima lokaliteta, čime se minimalizuje uticaj na okolinu. Dekarbonizacija privrede i rešavanje problema globalnog zagrevanja predstavljaju prioritet, a to je moguće samo prelaskom sa korišćenja fosilnih goriva na OIE. Naš zadatak je da nastavimo sa inovacijama i stvaranjem povoljnog okvira za širu primenu OIE. Imamo podršku tehnologije čiji napredak omogućava efikasniju i jeftiniju proizvodnju energije iz obnovljivih izvora, ali i razvoj još jednog bitnog segmenta – baterija,

odnosno sistema za skladištenje zelene energije, što je od izuzetne koristi za celokupnu industriju.

Kakvi su uslovi u Srbiji po pitanju investicija u OIE u odnosu na region i, sa druge strane, EU? Šta bi trebalo da se izmeni, odnosno sa kakvim izazovima se suočavate?

Srbija je ostvarila značajan napredak u oblasti obnovljivih izvora energije, ali i dalje postoje administrativne i regulatorne prepreke koje usporavaju njihov razvoj. Potrebno je ubrzati administrativne procedure, povećati transparentnost i osigurati stabilan regulatorni okvir kako bi se privukli investitori. Takođe je važna saradnja između javnog i privatnog sektora, uz dodatne napore na polju regulative za integraciju sistema za skladištenje energije.

S druge strane, aukcije za dodelu tržišnih premija za OIE dobar su signal za investitore i pokazale su da smo u tom segmentu usklađeni sa ciljevima EU. Ovi koraci su ključni za dalje unapređenje investicionog okruženja i postizanje dugoročnih ciljeva u oblasti obnovljivih izvora energije.

Prošle godine dobili ste priznanje Liderka energetske tranzicije od WISE Srbija, mreže žena u energetici u čijem ste radu takođe angažovani. Gde prepoznajete značaj u međusobnom podržavanju uspešnih predstavnica u određenoj profesiji i povezivanju poslovnih žena?

Drago mi je da se sve više govori o tome, jer smatram da je međusobna podrška među ženama ključna za njihov profesionalni razvoj. Povezivanje poslovnih žena jača i pojedince i industriju, donoseći nove perspektive i



Energetika je bila moj poziv od početka, ali i inspiracija koja me i danas vodi kroz izazove i uspehe

inovacije, a udružene možemo da ostvarimo značajne promene u energetskom sektoru. Konkretno, mreža WISE Srbija pruža platformu za razmenu znanja, iskustava i resursa, a cilj koji nas povezuje je želja za pozitivnim promenama, kao i podrška kolegincama u energetici.

Danas je sve više žena u energetici, profesiji koja je donedavno smatrana muškom. Kolika je prednost u ravnomernoj zastupljenosti žena među donosiocima odluka kada su u pitanju očuvanje planete i upotreba čistijih izvora energije? Šta prepoznajete kao najveću barijeru za napredak žena ka rukovodećim pozicijama u našem društvu? Ravnomerna zastupljenost žena donosi različite perspektive koje su ključne u poslovanju, jer žene često

donose nov, svež pristup, a imaju i izraženiju svest o očuvanju životne sredine. Žene i muškarci različito pristupaju liderstvu, i upravo ta različitost omogućava nam da kreiramo efikasnija i inkluzivnija rešenja za upotrebu čistijih izvora energije.

Nažalost, žene se i dalje suočavaju sa tzv. staklenim plafonom – nevidljivim barijerama koje sprečavaju njihov napredak u kompanijama. Moramo da stvaramo jednake mogućnosti za sve, a načini za to su edukacija i podizanje svesti o rodnoj ravnopravnosti. Ono što mi same možemo da uradimo kako bismo prevazišle prepreke i dostigle svoje pune potencijale jeste da neprestano učimo, da ostajemo verne sebi i svojim vrednostima, da budemo hrabre i čuvamo svoj integritet. Mreže podrške, poput WISE mreže, dodatni su alati na putu ka tom cilju.

Kako u okviru same kompanije može da se radi na podsticanju osnaživanja žena i njihovog napretka na poslovnoj lestvici?

Svaka žena bi trebalo da osvesti svoje profesionalne želje, što bi i okruženje trebalo da joj omogući, kako bi se njene veštine razvijale i došle do izražaja. Verujem da je važno stvarati siguran prostor u kojem žene mogu da izazovu sebe, rastu i razvijaju svoje liderske potencijale. Mi u kompaniji CWP podržavamo pristup koji podstiče kontinuirano učenje, samosvest, integritet i hrabrost, što vidimo kao ključne vrednosti na putu ka liderstvu, i to kroz programe edukacije i stvaranje inkluzivne radne sredine. S ponosom bih istakla i dve izuzetne činjenice u vezi sa poslovanjem CWP u Srbiji - na liderskim pozicijama imamo čak 56 odsto žena, a razlike u prosečnim zaradama na liderskim pozicijama među polovima gotovo da nema.

Šta za vas podrazumeva balans između privatnog i poslovnog života i kako to postižete?

Suština dugoročnog uspeha i sreće je balans privatnog i poslovnog života. Za mene to znači postavljanje prioriteta i ostavljanje vremena za drage ljude i aktivnosti koje me ispunjavaju. Neminovno nekada dođe do disbalansa, ali verujem da je važno istrajati u uspostavljanju ravnoteže i prilagođavati se promenama, jer spoljašnje faktore ne možemo uvek da kontrolišemo. Umesto da se fokusiramo na ono što ne možemo da promenimo, imamo moć da utičemo na to kako ćemo da reagujemo na životne situacije i u skladu sa tim donosimo adekvatne odluke.

Važno je da nastojimo da budemo ispunjeni i u poslovnom i u privatnom životu, dajući svoj maksimum na oba polja.

VERUJTE U SEBE I SVOJE SPOSOBNOSTI

Dragana Orlandić, izvršna direktorka kompanije Dahlia

Mladim ženama bih savetovala da veruju u sebe i svoje sposobnosti, da se ne plaše da preuzmu inicijativu i da kontinuirano uče i razvijaju se. Dodatno, izgradnja mreže podrške kroz mentorstvo i profesionalne kontakte može biti od velike pomoći. Smatram da je važno biti dostupan za razgovor i pružiti povratne informacije koje mogu pomoći drugima da napreduju. Paralelno, aktivno radim na promociji politike različitosti i ravnopravnosti unutar naše kompanije

„Rekla bih da je moje dosadašnje poslovno iskustvo, osim što je bilo puno izazova i uspeha, zapravo bio proces kontinuiranog ličnog i profesionalnog rasta“, kaže Dragana Orlandić, izvršna direktorka kompanije Dahlia. Od svojih početaka i rada u finansijskom sektoru, pa sve do prodaje, gde se najduže zadržala, svoje iskustvo u različitim sektorima koristila je, kako kaže, da stekne širok spektar veština i znanja, što joj je kasnije dosta pomoglo na liderskim pozicijama. „Sposobnost prilagođavanja različitim poslovnim situacijama, okruženju i izgradnja uspešnih timova doprineli su dobrim poslovnim rezultatima. A strast prema novim izazovima i posvećenost razvoju kompanije vodile su do pozicije na kojoj se trenutno nalazim“, kaže Dragana Orlandić.

Kako ste se suočavali s izazovima koji su se javljali tokom vaše karijere i kako ste ih prevazilazili?

Tokom 20 godina karijere, suočavala sam se s raznim izazovima - od borbe s konkurencijom i promenama na tržištu do vođenja timova i raznih uspona i padova. U svakoj od tih situacija, shvatila sam da je brza reakcija važna, ali da je jednako važna i sposobnost prilagođavanja. Kroz ta iskustva sam naučila da su kontinuirano učenje iz sopstvenih grešaka, stalna edukacija i preuzimanje odgovornosti ključni za lični i profesionalni rast.

Koje veštine smatrate ključnim za uspeh u poslovnom svetu, posebno za žene?

Kojim god poslom da se bavite, smatram da su ključne veštine za postizanje uspeha liderstvo, efikasna

komunikacija, visok nivo emocionalne inteligencije i sposobnost donošenja odluka. Za žene je dodatno važno da neguju svoje samopouzdanje i hrabrost kako bi preuzele inicijativu i hrabro izrazile svoje ideje. Kao što sam već pomenula, fleksibilnost i sposobnost prilagođavanja promenama su od suštinskog značaja u dinamičnom poslovnom okruženju.

Kako vidite ulogu žena u upravljačkim strukturama kompanija u Srbiji, imajući u vidu globalne trendove i direktive EU?

Primećujem značajan pomak u ulozi žena u upravljačkim strukturama, ali verujem i da postoji još prostora za dalji napredak. Direktive Evropske unije i globalni trendovi sve više promovišu ravnopravnost i inkluziju, što zaista pozitivno utiče na promene koje se dešavaju i u Srbiji. Verujem da će rastući broj žena na vodećim pozicijama doprineti većoj raznolikosti u mišljenjima i poboljšati poslovnu dinamiku.

Koje biste savete dali mladim ženama koje žele da napreduju u svetu biznisa i ostvare uspeh u svojim karijerama?

Prvo i možda najvažnije - postaviti sebi jasne ciljeve i biti istrajan u njihovom ostvarivanju. Mladim ženama bih savetovala da veruju u sebe i svoje sposobnosti, da se ne plaše da preuzmu inicijativu i da kontinuirano uče i razvijaju se. Dodatno, izgradnja mreže podrške kroz mentorstvo i profesionalne kontakte može biti od velike pomoći.

Kako se menja percepcija žena u poslovnom svetu danas u odnosu na prethodne decenije?



Ključne veštine za postizanje uspeha su liderstvo, efikasna komunikacija, visok nivo emocionalne inteligencije i sposobnost donošenja odluka. Za žene je dodatno važno da neguju svoje samopouzdanje i hrabrost, kako bi preuzele inicijativu i hrabro izrazile svoje ideje

Percepcija žena u poslovnom svetu se značajno promenila. Danas se žene sve više prepoznaju kao sposobni lideri i stratezi i postoji veće priznavanje njihovih doprinosa i vrednosti koje donose poslovnim timovima. Ipak, potrebno je nastaviti rad na ukidanju predrasuda i stvaranju okruženja u kojem će svako imati jednake šanse za uspeh.

Koje su prednosti imati raznovrsne timove i upravljačke strukture u kompanijama?

Raznovrsni timovi donose različite perspektive, što može dovesti do inovativnijih rešenja i bolje poslovne strategije, a ovakvi timovi su često fleksibilniji i sposobniji da se prilagode promenama na tržištu. Pored toga, raznovrsnost timova povećava zadovoljstvo zaposlenih i može privući širi spektar mladih talenata kojima će naša kompanija biti pristupačna, što doprinosi dugoročnom uspehu kompanije.

Kako biste opisali vašu ulogu u podržavanju i mentorisanju drugih žena u poslovnom svetu?

Moja uloga u podršci drugim ženama ogleda se u pružanju saveta, deljenju iskustava i pomoći u razvoju veština. Smatram da je važno biti dostupan za razgovor i pružiti povratne informacije koje mogu pomoći drugima da napreduju. Paralelno, aktivno radim na promociji politike različitosti i ravnopravnosti unutar naše kompanije.

ZA NAJVEĆI INVESTICIONI CIKLUS PRAHOVO 2027 POTREBNI SU VIZIJA, INOVATIVNOST, ZNANJE, ALI I DOBAR TIM PRE SVEGA

Zorica Popović, generalna direktorka Elixir Group

Vrednosti koje delimo su glavni postulat u radu, važno mi je da kompanija bude lider kako u poslovanju, tako i u inkluzivnosti, društvenoj odgovornosti i održivom razvoju

Iako još uvek predominantno muška industrija, agrobiznis u Srbiji može da se pohvali da u svojim redovima duže od dve decenije na leaderskoj poziciji ima uspešnu ženu. Njeno ime je Zorica Popović i generalna je direktorka Elixir Grupe (Elixir Group), poslovnog sistema koji je sa dva proizvodna kompleksa, u Prahovu i Šapcu, jedan od šest evropskih proizvođača fosforne kiseline i vodeći proizvođač kompleksnih mineralnih đubriva u Jugoistočnoj Evropi. O značaju njene pozicije govori i podatak da je na čelu tima od 2.000 ljudi od kojih je svaki deseti inženjer. Prisutna je u svim sferama poslovanja Elixir Grupe, upućena i posvećena, rukovodi inovativnim projektima koji će doprineti dekarbonizaciji proizvodnje, energetske efikasnosti i otvaranju novih 200 do 300 radnih mesta.

Kako biste opisali svoju ulogu u Elixir Grupi?

Vrednosti koje delimo su glavni postulat u radu, važno mi je da kompanija bude lider kako u poslovanju, tako i u inkluzivnosti, društvenoj odgovornosti i održivom razvoju. Zajedno planiramo, analiziramo, učimo i rastemo. Cilj nam je razvoj koji će biti održiv i od kojeg će i lokalna zajednica imati dobrobiti. Preko svoje Fondacije osnažujemo lokalne zajednice u kojima poslujemo, a u Negotinu smo otvorili i Kancelariju za saradnju sa lokalnom zajednicom, sa ciljem

uspostavljanja neposredne komunikacije i dijaloga sa sredinom u kojoj stvaramo. Moja uloga je da omogućim da svi segmenti poslovnog sistema funkcionišu, i da se svi strateški ciljevi ostvaruju kroz održive investicije i saradnju na svim nivoima.

Na kojim projektima trenutno radite?

Pokrenuli smo investicioni ciklus Prahovo 2027, vredan 300 miliona evra. Izgradnjom četiri nova greenfield postrojenja sa kompletnom industrijskom infrastrukturom realizovaćemo održivu industrijsku strategiju zelene tranzicije, uključujući dekarbonizaciju i cirkularnost naše proizvodnje. Naš cilj je savremeni, tehnološki integrisani, resursno i energetski efikasni industrijsko-hemijski kompleks, u okviru kog će se naći nova fabrika fosforne kiseline, fabrika za proizvodnju kristalnog mono-amonijum fosfata (MAP), fabrika tečnih đubriva i energana za energetske iskoriscenje otpada. Implementiramo najsavremenije tehnologije, usaglašene sa evropskim standardima i najboljim dostupnim tehnikama (BREF i BAT), jer su nam jednako važni održivost proizvodnje, očuvanje životne sredine i dobrobit zaposlenih i lokalne zajednice.

U svetlu ovih ambicioznih investicija, kakvi su planovi na polju zapošljavanja?



Smatram da je važno postaviti ciljeve visoko, verovati u sebe i svoj tim, preuzeti odgovornost, ali i sačuvati empatiju u poslu

Ambiciozni. Realizacijom ovih investicija otvorićemo 200 do 300 radnih mesta. Ulažemo u domaće znanje i u fokusu su nam inženjeri svih struka, ali ćemo zapošljavati i veliki broj ljudi na operativnim pozicijama. Savremeni industrijsko-hemijski kompleks u Prahovu biće u pravom smislu reči odraz našeg slogana - Inženjerstvo na delu. Kako bismo najpre zaposlenima, a potom i sugrađanima u Negotinu omogućili nove sadržaje i više standarde svakodnevnog života, u centru grada smo počeli izgradnju stambeno-poslovnog kompleksa Elixir Garden Negotin, koji

je projektovan upravo sa ciljem da doprinese kako kvalitetu porodičnog stanovanja, tako i novim sadržajima namenjenim rekreaciji i slobodnom vremenu.

Šta dalje – posle Prahova 2027?

Kontinuirani razvoj, koji uključuje inovacije, savremene tehnologije, kao i posvećenost i fleksibilnost biznis čine održivim i konkurentnim na duge staze. Planovi za period nakon realizacije ciklusa Prahova 2027 su već definisani i naši razvojni timovi uveliko rade na njihovoj pripremi. Sledeći investicioni ciklus će uključivati povećanje kapaciteta proizvodnje u segmentu održive poljoprivrede i prehrambene industrije, ali i nastavak implementacije projekata koji su deo strategije dekarbonizacije, odnosno izgradnju solarne i vetro energane, koje će potpuno supstituisati upotrebu fosilnih goriva za dobijanje energije koja je potrebna našoj rastućoj proizvodnji. Na taj način ćemo obezbediti lokalno dostupnu električnu energiju potpuno iz obnovljivih izvora. Realizacijom aktuelnih i planiranih projekata, učinićemo proizvodnju fosforne kiseline i mineralnih đubriva Elixir Grupe do 2030. ugljenično neutralnom, doprinoseći ostvarenju Agende 2030.

Na koji način osnažujete svoje saradnike?

Pre svega poštujujem njihovo znanje i profesionalni integritet, podržavam i ohrabrujem da budu proaktivni, inovativni i odvažni i da kroz timski rad ostave lični pečat u svemu što radimo. Naš tim je snažan, stručan i motivisan. Čine ga posvećeni profesionalci, koji su pre svega dobri i vredni ljudi. Važan nam je razvoj zaposlenih, kontinuirane su edukacije i prilike za nova znanja, podrška smo u profesionalnom usavršavanju i najvažnijim momentima u životu. Zajedno kreiramo dalji razvoj, jer niko od nas ne može postići uspeh i potpunu satisfakciju bez sinergije sa okruženjem u kom živi i radi.

Koji savet biste dali budućim poslovnim ženama?

Smatram da je važno postaviti ciljeve visoko, verovati u sebe i svoj tim, preuzeti odgovornost, ali i sačuvati empatiju u poslu. Najvažnije je biti otvoren za stalno učenje i okružiti se ljudima koje pokreće ista strast, jer nema uspeha bez interakcije sa drugim ljudima i sredinom. Iskreno verujem da radeći u Elixiru „stvaramo nasleđe kroz održivi razvoj na dobrobit zajednice“ i to je veliki pokretač i motivator celom timu i meni lično.

NAJBOLJE KOMPANIJE PRIVLAČE I ZADRŽAVAJU NAJBOLJE LJUDE

Olivera Zdravković, direktor sektora poslova ljudskih resursa, Galenika

O uspehu i uspešnosti, specifičnostima HR-a u farmaceutskej industriji, preduzetništvu žena, ulozi korporativne kulture za uspešno poslovanje, privlačenju talenata, kao i najnovijim trendovima na polju ljudskih resursa, razgovarali smo sa Oliverom Zdravković, direktorkom sektora poslova ljudskih resursa u Galenici

Predstavljate uspešnu ženu. Možete li nam reći, iz vašeg iskustva, šta doprinosi uspehu žene današnjice?

Uspeh je relativan pojam i u mom slučaju zavisi od zastupljenosti svih, meni značajnih, životnih oblasti. Prvo i posebno mesto zauzima moja porodica, suprug i troje dece. Oni predstavljaju stub podrške u svemu što radim. Tu su da me uhvate za ruku kada padam, ali i da zajedno letimo. Naša zajednička snaga je tolika da ja mogu da ulažem vreme u dva posla, razne obuke, učim nove stvari, redovno vežbam, posećujem događaje, vidam se sa prijateljima i slično.

Smatram sebe uspešnom jer radim sve što volim, zadovoljna sam balansom koji sam napravila i uz to stalno postavljam nove ciljeve i planove za budućnost.

Direktorka ste sektora poslova ljudskih resursa u Galenici. Po čemu je specifičan posao HR direktora u farmaceutskej kompaniji?

Poslovi u farmaceutskej industriji su raznoliki, zahtevaju puno znanja i poznavanje nove tehnologije. Projekti u ovoj industriji traju dugo do pojave prvih rezultata i zato je jedan od značajnijih izazova u poslu HR direktora održavanje visokog učinka i motivacije zaposlenih. Stariji zaposleni polako odlaze u penziju, a novije generacije očekuju brže promene. Njih pokreću prilike za rast i razvoj veština, zato im moramo pružiti mogućnosti za učenje. Ključno je razumeti ih sve, identifikovati sličnosti, razlike, faktore motivacije i uložiti napor za razvoj efikasne strategije zadržavanja zaposlenih.

Nedostatak talenata je izazov u svim industrijama, širom sveta. Kakva je situacija u Galenici i kako se nosite sa njom?

U Galenici postoje različite generacije zaposlenih, koje se, osim po godinama, razlikuju i po spremnosti za učenje i prihvatanje promena. Najbolje kompanije privlače i zadržavaju najbolje ljude tako da veoma važnu ulogu igra korporativna kultura, koja uključuje značajnu brigu o zaposlenima, njihovoj dobrobiti i ličnom razvoju. Ono na čemu intenzivno radimo je kreiranje okruženja koje je primamljivo i prijatno za rad.

Onima koji duže rade treba ohrabivanje za korišćenje digitalnih tehnologija i brže prilagođavanje, te bi bilo poželjno omogućiti im prilike za dodatne obuke kako bi unapredili svoje veštine. Mlađi očekuju prilike za rast, razvoj i promociju, stoga ih treba zainteresovati za farmaceutske industrije i omogućiti im različita iskustva. Svima je bitno da se njihov trud prepozna, primeti, kao i da se nagradi, zato je važno uključivati ljude u različite projekte gde mogu da se angažuju i iskažu, ostanu motivisani i zainteresovani za učešće u daljem razvoju kompanije. Veća autonomija u odlučivanju takođe utiče na zadovoljstvo zaposlenih i njihov razvoj, pa im treba češće davati prilike za to.

Imate značajno profesionalno iskustvo u projektima promene načina upravljanja, organizacionoj transformaciji i razvoju korporativne kulture zaposlenih. Na koji način korporativna kultura utiče na rast kompanije?

Vizija je slika koju kompanija kreira i kojoj teži, a njeno dostizanje zavisi od organizacione kulture. Danas je ovo jedna od najznačajnijih tema u kompanijama. Kada znaju šta žele da postignu, kompanije definišu misiju, vrednosti, strategije za razvoj poslovanja kako bi raščistile put ka cilju.



Nekoliko puta sam vodila te procese. To može značiti uvođenje malih promena i unapređenja, sve do potrebe za totalnom transformacijom i velikim promenama. U svakom slučaju, korporativna kultura se gradi i razvija i od nje zavise uspeh i prepoznatljivost kompanije na tržištu, zadržavanje i privlačenje talenata, zadovoljstvo zaposlenih uopšte, definisanje internih procesa i procedura i sve to utiče na poslovanje i rast kompanije.

Koje najvažnije trendove u HR-u možemo da očekujemo u narednom periodu?

Najaktuelnija tema koja nas je prodrmla je definitivno sve veća zastupljenost veštačke inteligencije. To je već značajno uticalo na automatizaciju zadataka i podršku bržem donošenju odluka. Veštačka inteligencija preuzima neke svakodnevne i repetitivne zadatke, što ostavlja vremena zaposlenima za kreativniji rad i specijalizaciju za neke nove poslove. Efikasnost će biti uslovljena fleksibilnošću i zainteresovanošću zaposlenih da uče nove stvari.

Kakav je vaš stav o ženskom preduzetništvu?

Nedavno sam se priključila jednom programu koji se tiče osnaživanja žena preduzetnica. Na otvaranju

sam čula veoma interesantnu stvar - zašto pričamo o ženskom preduzetništvu, a ne o preduzetništvu uopšte? Smatram da i žene i muškarci podjednako treba da razvijaju preduzetnički način razmišljanja, kako u korporacijama, tako i u privatnom biznisu. Pored posla koji obavljam u kompaniji, paralelno već neko vreme plovim preduzetničkim vodama kao konsultant i planiram da razvijem još jednu, potpuno drugačiju vrstu delatnosti. Sve je više žena čije leaderske kompetencije dolaze do izražaja u kompanijama, a mnoge koriste svoju kreativnost i inovativnost da započnu svoj biznis. Svako ko ima dobru ideju, treba da se ohrabri da je realizuje. Postizanje cilja je izvesnije uz jasan i dobro razrađen biznis plan.

Kako biste savetovali mlade žene koje sada treba da krenu svojim poslovnim putem - kojim stazama da se upute?

Budite posvećene svojim idejama i željenim destinacijama, strpljive i istrajne. Sve što ne znate pitajte, slobodno tražite pomoć. Budite spremne na greške, učite iz njih, kao i iz dobrih rezultata, kako biste stekle iskustvo i ekspertizu. Usudite se da koračate neutabanim stazama, to je put koji vodi ka vašem razvoju.

NAJBOLJI SE IZBORE ZA SVOJE MESTO

Gorana Rašić, članica Izvršnog odbora, CFO i COO Generali osiguranja Srbija

Na grupnim fotografijama važnih događaja u svetu proviri tek poneka žena. Iako je moja priča potpuno drugačija, ne mogu da ne primetim ovu činjenicu. Ja sam izgleda imala sreće da u celoj svojoj karijeri radim u kompanijama gde je rodna ravnopravnost nekako prirodno postignuta i mogu samo da kažem da je to zaista pravi i jedini dobar put. Uvođenje pravila, kvota, zakona, koje je danas sve popularnije, narušava ovu ravnotežu i zapravo kompanijama daje manju mogućnost izbora, a to sigurno nije dobro bez obzira na to o kojoj poziciji i kom polu je reč.

Biti uspešna žena u biznisu, mnogo je više od još jednog KPI-a koje kompanije moraju da ostvare, i nemojte da vas rodne ili bilo kakve predrasude skrenu sa tog puta

Nakon završenih studija na Ekonomskom fakultetu u Beogradu, karijeru je započela u predstavništvu jedne švedske kompanije, gde je za šest godina stekla iskustvo radeći na poslovima direktno vezanim za finansije, ali je imala prilike da se bavi i marketingom, logistikom, investicijama i mnogim drugim poslovima koji su obeležili razvoj jedne, tada male, ali vrlo uspešne strane investicije.

„U Generali osiguranje prelazim pred kraj 2007. godine, u sektor za kontroling odakle sam nastavila da se razvijam dalje, prvo u oblasti finansija gde postajem direktor direkcije za finansije, a kasnije član izvršnog komiteta, odgovoran za tu oblast“, kaže Gorana Rašić. Dalje su se nadležnosti proširivale prateći promene u kompaniji, tako da je poslednjih pet godina odgovorna i za IT i IT bezbednost, logistiku i nabavku, a danas u Izvršnom odboru obavlja i funkciju COO uz funkciju CFO.

Da li je postojao ključni trenutak u vašoj karijeri koji vam je pomogao u tome da postanete liderka u svojoj profesiji?

Moram da priznam da do sada nisam mnogo razmišljala o „ključnom trenutku“ u mojoj karijeri. Ipak, mogu reći da se dogodio početkom 2008. godine, kada mi je poverena uloga da vodim sektor kontrolinga, koji se tek razvijao, kako u našoj kompaniji, tako i na tržištu

osiguranja u Srbiji. To je bio sam početak moje karijere u osiguranju, ali su se moje prethodno iskustvo, kao i verovatno hrabrost i odlučnost da prihvatim novu ulogu, pokazali kao odlična odskočna daska za dalje prilike, koje su se nekako prirodno nizale. Pitanje je stvarno da li bih i kada dobila ovoliko šansi za dalji napredak, da nisam imala hrabrosti i smelosti za to prvo značajno DA u karijeri.

Poslednjih godina ulazite i u IT tehnologije i sajber bezbednost. Koliko je izazovno donositi odluke u oblastima koje se menjaju gotovo svakodnevno?

Izuzetno je izazovno i vrlo odgovorno, pogotovo kada se radi o ovako velikoj i složenoj kompaniji, koja i dalje značajno raste na tržištu. Definitivno je IT krvotok kompanije, jasno je koliko je to kompleksna i važna oblast koja povezuje sve segmente poslovanja i treba da im da neophodnu snagu za dalji rast. Sa jedne strane, prirodan je trend digitalizacije i stalne potrebe za unapređenjem sistema i procesa, a sa druge strane imamo i istoriju i sada već stare sisteme, te je neophodno odluke donositi na dugi rok, mudro i stabilno, kako ne bismo brzim i zavodljivim rešenjima ugrozili stabilno funkcionisanje sistema. I sve to radimo dok smo u punoj brzini i na uzlaznoj putanji, da se slikovito izrazim. Zbog toga je važno praviti balans u trouglu potreba, mogućnosti i ograničenja.



Mentorstvo je jednako važno i muškarcima i ženama, kao i mlađim i starijim kolegama, jer tako učimo jedni od drugih. Zato mislim da svi treba da budemo podrška i da tražimo podršku kad nam treba

Srećom, u ovu oblast sam ušla u već dobro uhodanom timu izuzetnih stručnjaka, a značajan faktor nam je i podrška i strategija Generali Grupe koja nam sigurno pomaže da neke odluke donosimo brže i da nađemo rešenja koja su možda još nepoznata na našem tržištu.

U svetu osiguravači sve više saraduju sa Insurtech kompanijama, kakva je situacija u Srbiji?

Ako pođemo od činjenice da je oblast osiguranja izuzetno kompleksna, u načelu tradicionalna i vrlo regulisana, samim tim i prirodno slabije sklona brzim promenama, a sa druge strane očekivanja i potrebe naših klijenata i zaposlenih rastu i menjaju se vrtoglavo, jasno je da je saradnja Insurtech kompanija i osiguranja prirodan i odličan odgovor. Drago mi je da i mi u Srbiji imamo već neke lepe primere saradnje, a mislim da pravo partnerstvo tek dolazi u narednim godinama.

Generali je uspostavio saradnju sa jednom startup kompanijom i uveli ste Dynamic Life polisu. Zašto toga nema više na našem tržištu?

Mi smo vrlo hrabro i ambiciozno započeli projekat Dynamic Life i stavili pred sebe cilj, ali i preuzeli veliki rizik da menjamo tržište osiguranja, tako što smo uveli nešto potpuno novo, inovativno i do sada neviđeno na ovim prostorima.

Od samog početka smo bili spremni da osnovni model prilagođavamo i unapređujemo tako da u potpunosti zadovolji potrebe naših klijenata, a to nije lako i ne donosi uspeh preko noći. Verovatno je ta neizvesnost prihvatanja tržišta i razlog zbog kojeg je ovaj primer kod nas tako redak, ali se nadam da će razvoj Dynamic Life proizvoda biti i ohrabrenje za neke buduće slične inovacije.

Koliko je digitalizacija ušla u sektor osiguranja u Srbiji? Sve veći broj ljudi kupuje osiguranje onlajn, a zaživela je i digitalna prijava šteta. Šta vidite kao dalji sled, s obzirom na brzorastuće tehnologije?

Digitalizacija je definitivno deo naše svakodnevice poslednjih godina i ja sam zadovoljna koliko smo do sada već olakšali i kupovinu a pogotovo prijavu šteta našim klijentima. Najviše smo se fokusirali na segment stanovništva, tačnije na pojedinca i njegova očekivanja i potrebe i verujem da je to pravi put, jer naš današnji a pogotovo budući klijent ne očekuje da dobije kovertu iz pošte koja ga samo nešto obavestava, nego očekuje da od osiguravajuće kompanije dobije pun servis, onda kada to njemu odgovara, na svom mobilnom telefonu,

računar, tabletu. Iskreno verujem da će se ovaj trend digitalne komunikacije i rešavanja potreba klijenata nastaviti i još ubrzati u narednim godinama, a da će se samo smenjivati tehnologije, mediji i uređaji. Ove godine smo uveli i prvu digitalnu agro polisu u Srbiji, upravo kao potvrdu toga koliko verujemo da se i klijenti u Srbiji menjaju i napreduju u očekivanjima, ništa manje od očekivanja od evropskih i globalnih klijenata.

Kako se upotreba Salesforce platforme odrazila na rezultate poslovanja u Srbiji i na nivou Generali Grupe?

Uvođenje Salesforce je uspešno završeno i svakako je već pomerilo mnoge granice u procesima u našoj kompaniji. Ovo je prva godina pune primene, tako da je još rano da merimo rezultate ali sam sigurna da je to bio pravi korak i pravi put, bez kojeg mi ne bismo bili spremni na ambiciozne ciljeve i rezultate naše naredne poslovne strategije 2025- 2027.

Da li mislite da će se veštačka inteligencija odraziti na poslove u sektoru osiguranja i šta će biti prvo na udaru?

Veštačka inteligencija već značajno utiče na sektor osiguranja, i ona se uspešno koristi i kod nas, a pogotovo u našoj matičnoj kompaniji. Odavno su štete prepoznate kao oblast koja je najpodobnija za primenu tehnologije, digitalizacije, pa i veštačke inteligencije, i upravo smo i mi u Generali Srbija krenuli tim putem. Svakako, komunikacija sa klijentima i primena chat botova predstavlja drugi, ne manje važan sektor a sigurna sam da će se oblasti primene značajno menjati u budućnosti. Ipak prava briga o potrebama klijenata i zaposlenih nije na toj listi, i nju ćemo i dalje obavljati mi, ljudi koji stvaraju i unapređuju moderno osiguranje.

Druga ste najveća osiguravajuća kompanija na domaćem tržištu osiguranja, ali i lider na tržištu životnog i zdravstvenog osiguranja. Ko danas ulaže u životno osiguranje, odnosno da li se profil prosečnog kupca životnog osiguranja u Srbiji promenio u poslednjoj deceniji?

Iako tržište životnog osiguranja ima lepu uzlaznu putanju prethodnih deset godina, ipak ne bih mogla reći da se profil prosečnog klijenta značajno promenio u Srbiji. Ako izuzmemo polise koje se uzimaju prilikom uzimanja kredita u bankama, i dalje su to uglavnom klijenti stariji 35-40 godina, zaposleni u privredi, sa većim zaradama i najčešće imaju po jednu, ređe dve polise u svom portfelju, prosečno ispod 15 godina trajanja. Pravi razvoj osiguranja života desiće se

kada se mladi ranije zainteresuju za osiguranje, još u toku školovanja, i kada kao klijenti budu planirali i imali različite polise životnog osiguranja u dužem vremenskom periodu, koje će pratiti njihove potrebe i životni stil tokom celog života. Tu mi, kao osiguravajuća industrija, moramo biti još odlučniji. Generali se već dosta aktivirao na polju podizanja svesti i privlačenja mladih u osiguranje, ali to je trka na duge staze. Svakako je potreban i rast životnog standarda, jer je i on jedan od važnih razloga zašto je Srbija sa 38 USD premije per capita pri samom dnu lestvice zemalja u kojima je razvijeno životno osiguranje, nekoliko velikih koraka iza, na primer, susedne Hrvatske sa preko 100 USD ili Slovenije sa preko 400, a miljama daleko od Italije sa 2.000.

Dobrovoljno zdravstveno osiguranje u 2023. zabeležilo je rast u odnosu na prethodnu godinu. Da li možemo to da povežemo sa pandemijom, odnosno da li su ljudi počeli više da brinu o svom zdravlju?

Dobrovoljno zdravstveno osiguranje najbrže raste poslednjih godina i definitivno je posledica trenda veće brige o zdravlju nego ranije, gde je pandemija verovatno odigrala određenu ulogu. Međutim, ovde je u pitanju i jedan dodatni uticaj, a to je činjenica da je u Srbiji privatno zdravstveno osiguranje preko 95 odsto korporativni posao i da je polisa PZO najčešći benefit koji kompanije nude zaposlenima i odraz brige kompanija o svojim ljudima. Nažalost, bez toga rast kupovine ove vrste osiguranja, kod privatnih lica, pojedinaca zaista je mali i tu ni pandemija nije ništa promenila. Verujem da će se stvari menjati u tom pravcu i da će odgovornost za brigu o zdravlju, poput brige o životu, o sopstvenoj imovini i imovini svoje porodice preuzeti svako od nas.

Koliko se svest građana o osiguranju i mogućnosti zaštite imovine promenila poslednjih godina? Da li su sve češće elementarne nepogode uticale na promenu?

Slično kao i sa životnim i zdravstvenim osiguranjem, i u osiguranju imovine je potrebno unapređenje i same industrije ali i opšteg ekonomskog ambijenta. Mene je lično iznenadila činjenica da velike poplave 2014. tu nisu mnogo učinile, ali nažalost nije ni globalno gledano situacija mnogo bolja. Rizik od poplava svetski stručnjaci procenjuju kao najveći, u smislu nesagledivih posledica, a ipak se procenjuje da je samo 36 odsto imovine u svetu osigurano od poplava.

Gledajući intenzitet klimatskih promena poslednjih godina, nadam se da će se situacija promeniti.

Na koji način se usavršavate, odnosno kako radite na svom profesionalnom razvoju i šta vas motiviše da napredujete u karijeri?

Potreba da učim i da se usavršavam zapravo dolazi iz svakodnevnih izazova sa kojima se srećem, Dodatno sam i vrlo radoznala oduvek, tako da mi nije teško da istražujem, čitam, raspitujem se kada me nešto interesuje i kad naletim na nešto novo, sa čime se nisam susretala. U mojoj dosadašnjoj karijeri, retke su godine koje sam započela i završila sa potpuno istim odgovornostima, timovima i bez nekih većih projekata ili regulatornih i organizacionih promena, koje sam sa svojim saradnicima morala da savladam, a samim tim se i profesionalno razvijala. Bilo je tu stvarno raznih primera, od upoznavanja sa različitim tehničkim rešenjima, finansijskim standardima (pogotovo poslednjih godina), do upoznavanja sa zakonima i regulativama iz oblasti mnogo širih od osiguranja, raznim „skraćenicama“ koje su se na kraju pretvorile u svakodnevicu... a ne smem ni da pomislim šta me još čeka u narednim godinama.

Da li ste nešto žrtvovali na svom profesionalnom putu?

Sigurno da jesam i verujem da se tu ne razlikujem od mnogih mojih koleginica i kolega. Za početak, svi danas žrtvujemo mnogo vremena i energije da uspemo da ispunimo sve profesionalne obaveze, putovanja, poslovne ručkove i događaje. Međutim, nikad nisam ni pomislila, a kamoli rekla, da je moj profesionalni put i izbor razlog ili opravdanje što sam neke druge privatne stvari preskočila ili odlagala.

Na koji način utičete na druge žene u kompaniji?

Ne znam koliko utičem na njih, ali se trudim da budem dostupna i otvorena tako da kada imaju neki problem ili izazov mogu uvek da me nađu. Moja kancelarija je bukvalno uvek otvorena, i tu ne mislim samo na simbolično širom otvorena vrata, nego sam stvarno tu za njih. Nadam se iskreno da će bar nekima od njih moj razvoj karijere biti dodatna motivacija, da se oslobode rodnih ili bilo kakvih predrasuda, kada zapnu i pomisle da nešto ne mogu, da im nije dostupno ili da neće uspeti. I ja sam imala i imam neuspehe i padove, ali me nisu obeshabrali.

Koliko je u okviru kompanije važno da postoji mentorska podrška od strane liderki?

Verujem da je podrška jako važna i to pogotovo u poslednje vreme, kada su ljudi otuđeniji i manje fizički prisutni i dostupni. Mentorstvo je sjajna stvar i imala sam prilike mnogo puta i da budem mentor i da mene neko mentoriše i to radim i dan-danas, sa velikim zadovoljstvom. Tu se stvara jedan poseban odnos bliskosti, koji se nastavlja i dalje, a sami biramo i kreiramo oblast interesovanja gde nam podrška treba. Ovo je univerzalno i mislim da je jednako važno i muškarcima i ženama, kao i mladim i starijim kolegama, jer kroz mentorstvo učimo jedni od drugih. Zato mislim da svi treba da budemo podrška i da tražimo podršku kad nam treba.

Šta prepoznajete kao benefite za kompaniju koja ima ravnopravno zastupljene žene na vodećim pozicijama?

Ja sam izgleda imala sreće da u celoj svojoj karijeri radim u kompanijama gde je rodna ravnopravnost nekako prirodno postignuta i mogu samo da kažem da je to zaista pravi i jedini dobar put. To su kompanije koje nude jednake šanse svima i onda te kompanije imaju i najveće šanse da im na vodećim pozicijama budu najbolji, jer se najbolji i izbore za svoje mesto. Uvođenje pravila, kvota, zakona, koje je danas sve popularnije, narušava ovu ravnotežu i zapravo kompanijama daje manju mogućnost izbora, a to sigurno nije dobro bez obzira na to o kojoj poziciji i kom polu je reč.

Šta, sa druge strane, prepoznajete kao najveću barijeru za napredak žena ka rukovodećim pozicijama u našem društvu? Kakva je konkretno situacija u sektoru osiguranja kad je u pitanju zastupljenost žena na vodećim pozicijama u kompanijama?

Bez obzira na to koliko se o temi rodne ravnopravnosti priča i koliko se radi na ovom polju, i dalje su globalno gledano žene u manjini kada su u pitanju rukovodeće pozicije. Slična je situacija i u osiguranju u svetu, kao i u mnogim drugim razvijenim industrijama, gde na grupnim fotografijama važnih događaja proviri tek poneka žena. Iako je moja priča potpuno drugačija, ne mogu da ne primetim ovu činjenicu. Da li je uzrok zaista i dalje u kompanijama ili je uzrok možda i u samim ženama, jer se teže odlučuju za velike korake, ja ne mogu reći. Ono što ih mogu posavetovati iz ličnog iskustva je da prihvate prilike koje im se nude i da uvek idu hrabro dalje, rasterećene rodnih predrasuda koje će ih sputavati. Biti uspešna žena u biznisu, mnogo je više od još jednog KPI-a koje kompanije moraju da ostvare, i nemojte da vas rodne ili bilo kakve predrasude skrenu sa tog puta.

NEPROCENJIVO JE DELITI ZNANJE NOVIM GENERACIJAMA

Sanda Savić, senior direktorka korporativnih poslova i komunikacija u kompaniji Hemofarm i članica UO Fondacije Hemofarm

Duboko verujem u učenje i razvoj tokom celog života, zainteresovanost za novo i negovanje kreativnosti kod svakog pojedinca. Mislím da sam kao mentorka mnogim ženama, naročito onima koje su na početku karijere, dosta pomogla u tome da rade na svom samopouzdanju i samopoštovanju, da nauče kako da prevazilaze prepreke i izazove. Nepochenljivo je deliti znanje novim generacijama, ali i učiti jedni od drugih kroz naša različita iskustva

Još za vreme školovanja, počela je da radi u medijima, prvo kao novinar saradnik u Radio Beogradu, da bi potom na različitim pozicijama, zaključno sa pozicijom direktorke Informativnog programa, provela skoro 20 godina na RTV B92.

Kako se razvijala vaša karijera, od samih početaka u medijima, pa do trenutne pozicije koju imate u kompaniji Hemofarm?

„O tome bih mogla da napišem ceo roman, koji bi odslíkováo kako moj lični i profesionalni razvoj, tako i kratku istoriju turbulentnih događaja čije posledice u društvu i danas živimo“, priča Sanda Savić. Nakon tog bogatog iskustva, tri godine provela je u RTV Vojvodina, kao programski direktor, kao deo tima koji je pokrenuo programsku i produkcionu transformaciju pokrajinskog javnog servisa. U velikoj farmaceutske korporaciji, Hemofarm, našla se, kako kaže, igrom srećnih okolnosti. Presudan je bio susret sa generalnim direktorom Ronaldom Zeligerom, tako da je sada već deset godina deo njegovog velikog tima koji uspešno razvija Hemofarm, lidera farmaceutske industrije u našem regionu.

Bili ste dugi niz godina sa jedne strane, u medijima, da biste prešli u korporativne komunikacije. Koliko vam je prethodno iskustvo pomoglo u građenju uspešne karijere koju imate danas?

Nepochenljivo mi je mnogo pomoglo. Znala sam vrlo dobro kako novinari i mediji funkcionišu, mada je moja nova uloga zahtevala prilagođavanje, dodatno učenje, razumevanje i menjanje nekih starih navika. Uprošćeno rečeno, našla sam se na suprotnoj strani logike novinara koji je sumnjičav i hvata grešku, a vi mu kao PR plasirate savršenost. Nastavila sam da komuniciram otvoreno i dobronamerno i nemam problema u pronalaženju zajedničkog jezika sa najrazličitijim ljudima. Kontakti i razvijeni odnosi, koje sam u svom novinarskom poslu ostvarila u svim sferama društvenog uticaja, bili su i ostali dragocen resurs i u mom sadašnjem poslu. A on se svodi na građenje dobrih i partnerskih odnosa i pronalaženje zajedničkog interesa. Nekih starih navika, kao što je media monitoring uz jutarnju kafu i gledanje informativnih programa uz veliku dozu kritike prema sadržaju i načinu na koji je plasiran, nisam se odrekla.

Šta smatrate presudnim poslovnim potezom u svojoj karijeri?

Odluku da se na početku pridružim i na vreme napustim B92 i zaposlim u Hemofarmu. To su ključne tačke u mom dosadašnjem profesionalnom životu. I ne samo profesionalnom. Na taj način nastojala sam, a nadam se i uspela, da održim lični i profesionalni integritet.

Šta vas je motivisalo, održalo na profesionalnom putu?



Na nama je, ženama, da se za svoje mesto i ravnopravnost izborimo. Pametno i solidarno

Radoznalost, strast, odgovornost, lično usavršavanje, osećaj da učestvujem u nečemu što je pozitivna promena i opšte dobro.

Na koje projekte u svojoj karijeri ste posebno ponosni?

Na sve koji su značili neku dobru promenu u ponašanju ljudi i društvu u celini. To su mahom društveno odgovorne kampanje koje je pokretao B92, koje pokreće Fondacija Hemofarm. I veoma su slične po svojoj prirodi, temama i estetici. Pozivi da se pomogne ugroženim grupama stanovništva, da se promene pogrešni stavovi i loša ponašanja. Nažalost, neke bitke se vode desetinama godina i na prilično banalnim stvarima, kao što je ukidanje PDV-a na donacije. Trenutno dve velike kampanje kojima se bavimo su Najvažniji poziv u životu i Nesalomivi, a poslednji projekat na koji sam veoma ponosna je STADA EXPO, prva multimedijalna izložba o održivom razvoju na našim prostorima i šire.

Upravo kampanja vezana za doniranje organa, po čemu je Srbija bila na začelju Evrope doskoro, jedna je od najznačajnijih koje su pokrenute u okviru Fondacije Hemofarm. Koliko su se stvari pomerile od pokretanja kampanje?

Zadatak ove kampanje bio je pre svega da podstakne kulturu donorstva sa ciljem izgradnje humanijeg i solidarnijeg društva. Naša zemlja, nažalost, ima mali broj donora, a radi uspostavljanja samodovoljnosti potrebno je da postignemo 10 donora na milion stanovnika ili 70 na godišnjem nivou. Prethodna kampanja, realizovana 2016. godine, povećala je broj donora sa 2 na 6 na milion stanovnika, a Srbija je dobila Nacionalni dan donora, 6. jun. Prošlogodišnjom kampanjom uspeći smo da značajno povećamo broj donora – ukupno je bilo 13 donora i 32 obavljene kadaverične transplantacije. Naši sugrađani, naše komšije, koji čekaju na transplantaciju nam svaki dan ukazuju na veličinu ovog problema i značaj zaveštanja organa. Na svima nama je da čujemo njihov glas i da pokažemo humanost i pomognemo im.

Kao poslovnoj ženi, šta su bili neki od najvećih izazova sa kojima ste se suočili tokom svoje karijere i koje ste lekcije izvukli iz tih iskustva?

Ne znam da li je u pitanju sreća ili sam umela da biram kompanije u kojima ću raditi, a koje dele sistem mojih vrednosti. Tako da se na svom radnom mestu nisam susrela sa nipodaštavanjem, niti favorizovanjem mog pola. To što sam žena nije uticalo na to kako me kolege tretiraju, niti da li ću i koliko u hijerarhiji napredovati. Za sve što sam postigla zaslužno je to što mogu „muški

da potegnem“. Tu sam lekciju naučila prekasno, jer su očekivanja od mene uvek velika.

Moj primer, nažalost, nije pravilo i uobičajena praksa. Žene se još uvek suočavaju sa nejednakim, ponekada i ponižavajućim odnosom. Možda su forme sofisticiranije, ali je suština tog tretmana ista. Muški svet nam je ponegde prepustio vodeće uloge u javnim poslovima i kompanijama, ali ne tamo gde je u pitanju pravi izvor moći i kontrola novca. Na nama je, ženama, da se za svoje mesto i ravnopravnost izborimo. Pametno i solidarno. Lično nastojim da ohrabrim i pomognem svim ženama, posebno mladim, na tom putu. Posebna je priča i verovatno najveći izazov kako uskladiti materinstvo i poslovne obaveze.

Da li ste vi u nekom periodu života imali problema da uspostavite balans između privatnog i poslovnog života?

Imam ih i danas, imam ih svaki dan. Uspostaviti dobar balans je najveća životna veština. Učimo to, grešimo, napredujemo, grešimo... onda shvatiš da je sve u tvom unutrašnjem zadovoljstvu. Kada sam dobro sama sa sobom, verovatno sam stigla do dobrog nivoa tog balansa. To naravno nije moguće osetiti u potpunosti svaki dan, svaki minut, ali se trudim da iskoristim najbolje od svakog tog minuta i dana, jer se oni neće više ponoviti.

Hemofarm je deo nemačke Štada grupe. Kakva je politika kompanije po pitanju rodne ravnopravnosti i podrške ženama u karijernom napredovanju na nivou grupacije? Koliko se ta praksa prenosi i u poslovanje kompanije u Srbiji?

Ono na šta sam veoma ponosna je da smo u proteklih desetak godina u Hemofarmu uspeći da povećamo broj žena na rukovodećim pozicijama i pružimo im jednake mogućnosti za napredovanje u karijeri. U tom periodu smo realizovali i različite inicijative za podršku razvoju karijere žena, kao što su mentorski programi, obuke i fleksibilnost u radu. Na kraju krajeva, sve se svodi na stvaranje radnog okruženja koje je inkluzivno i koje poštuje sve zaposlene.

S obzirom na postojeći jaz koji postoji svuda u svetu u pogledu razlika u platama žena i muškaraca na istim ili sličnim pozicijama i manje zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama, kakva je situacija po tom pitanju u sektoru farmacije?

Rodni jaz u platama je široko rasprostranjen problem na globalnom nivou, a nijedna industrija nije izuzetak. Ipak, mislim da Hemofarm može da bude primer mnogima,



jer čak više od 60 odsto svih menadžerskih pozicija u Hemofarmu zauzimaju žene, a zarade su izjednačene, bez obzira na to da li ste muškarac ili žena.

U čemu vidite najveće benefite postojanja mentorstva i podrške od strane liderki u kompaniji mladim ženama koje tek ulaze u posao?

Duboko verujem u učenje i razvoj tokom celog života, zainteresovanost za novo i negovanje kreativnosti kod svakog pojedinca. Mislim da sam kao mentorica mnogim ženama, naročito onima koje su na početku karijere, dosta pomogla u tome da rade na svom samopouzdanju i samopoštovanju, da nauče kako da prevazilaze prepreke i izazove. Uvek sam svoju ulogu mentorke videla kao neko ko ima ključnu ulogu u stvaranju inkluzivnijeg i podsticajnog okruženja. Nepochinjivo je deliti znanje novim generacijama, ali i učiti jedni od drugih kroz naša različita iskustva.

Šta su neke promene u položaju žena u našem društvu koje vidite danas a za koje ste pre deset godina mislili da se nikada neće dogoditi? Sa druge strane, šta još izostaje kad je u pitanju rodna ravnopravnost, a trebalo bi da je već odavno prihvaćeno u društvu?

Tačno je, došlo je do značajnih promena u položaju žena u društvu. Žene su sve više zastupljene u radnoj

snazi. Čak i u našem tradicionalnom društvu raste svest o diskriminaciji i rodnoj ravnopravnosti. Prisutan je i rast broja žena na rukovodećim pozicijama. Ipak, i dalje postoje značajni izazovi sa kojima se žene u našem društvu suočavaju – rodno zasnovano nasilje, nejednakost plata u mnogim industrijama, ali i ograničen pristup obrazovanju i mogućnostima zapošljavanja. Ukoliko stvarno želimo da budemo društvo koje istinski veruje u jednakost polova, moramo više da radimo na rešavanju ovih pitanja.

Šta kao društvo možemo da uradimo da imamo više žena na rukovodećim pozicijama i da, sa druge strane, mlade žene podstaknemo da teže karijernom napretku, bez obzira na izbor profesije?

Ključno je osnažiti devojke od malih nogu. Treba raditi na tome da se promene stereotipi koji ograničavaju naše mogućnosti. Zato su podrška i mentorstvo neophodni kako bi žene gradile uspešne karijere. Važno je da se stvore uslovi koji omogućavaju balans između posla i porodice, kako bismo se osećale sposobno da ostvarimo svoje profesionalne ciljeve, ali i da budemo prisutne u životima svojih najbližih. Da bismo stvarno napredovale, moramo graditi zajednice podrške i mreže žena koje će nas inspirisati i motivisati da dosegamo vrhunce karijere.

ŽENAMA TREBA PRUŽITI ŠANSU DA ISKAŽU SVOJ PUNI POTENCIJAL

Snežana Nešković,
članica Izvršnog odbora Merkur osiguranja

Žene čine oko 60 odsto radne snage u industriji osiguranja, ali samo 12 odsto njih je na rukovodećim pozicijama. Prema kvalitetima koje imaju, mesto im je na višim radnim pozicijama, ali je potrebno pružiti im više šansi da se dokažu i iskažu svoj puni potencijal

„Moj poslovni život je vezan za osiguranje. Radila sam samo u ovoj industriji i to punih 28 godina. I nakon svih tih godina, moje znanje i iskustvo su našli primenu u Merkur osiguranju. Voditi osiguravajuće društvo je definitivno vrhunac karijere. Iako mnogi streme ka toj poziciji, samo mali broj ljudi i uspe u tome. Ja sam se našla u toj maloj grupi i izuzetno sam ponosna zbog toga“, kaže Snežana Nešković.

Trenutno se veoma mali broj žena nalazi na rukovodećim mestima u sektoru osiguranja u Srbiji. Šta vidite kao razlog za to?

Industrija osiguranja je dugo bila oblast u kojoj dominiraju muškarci, ali ne samo da nije isključivo namenjena muškarcima već mnogi kvaliteti žena upravo ovde dolaze do izražaja. Žene imaju istančan osećaj za detalje i uz komunikativne sposobnosti mogu stvoriti i održavati jake veze sa klijentima, što je dugoročno od suštinskog značaja za uspeh i razvoj u industriji osiguranja. Prema raznim istraživanjima, žene čine oko 60 odsto radne snage u industriji osiguranja. Međutim, samo 12 odsto njih je na rukovodećim pozicijama, što je nepravedno. Prema kvalitetima koje imaju, mesto im je na višim radnim pozicijama, ali je očigledno potrebno i pružiti im više šansi da se dokažu i iskažu svoj puni potencijal.

Dugo su u Srbiji ljudi štedeli kroz životno osiguranje. Da li se to danas menja i da li se danas više kupuju riziko polise?

Pre 20 i više godina se kupovala polisa riziko osiguranja uglavnom ako je banka insistirala na tome uz odobravanje kredita. Danas, klijenti mogu za relativno malo novca da dobiju odlično pokriće a uz to da zaključe i dopunska osiguranja. Na taj način obezbeđuju svoje najbliže, bar za



neko vreme. Ove polise su odličan izbor za ljude čiji je posao vezan za putovanja i za one koji veći deo svog radnog vremena provode u kolima.

Da li ste u nekom periodu imali problem da uspostavite balans između privatnog i poslovnog života?

Imala sam problem naravno, u vreme kada su mi deca bila mala. Trudila sam se da deca ne osećaju moje angažovanje na poslu i da uvek budem uz njih. Bila sam na svakoj njihovoj priredbi osim jedne i bilo mi je jako teško zbog toga. Ujutro sam dolazila među prvima na posao, a odlazila „na vreme“ kako bih stigla u vrtić po njih. Onda sam noću završavala ono što mi je ostalo nezavršeno na poslu. Nimalo nije lako podizati decu i graditi karijeru u isto vreme. Ali ono što mi je mnogo olakšalo te situacije jeste moj tadašnji direktor, kome sam beskrajno zahvalna jer je imao jako puno razumevanja, kao i porodica koja mi je bila podrška.

Koje biste poslovne lekcije voleli da prenesete ženama na početku karijere?

- Naučite da budete ispunjene pozitivnom energijom, da razmišljate pozitivno i da budete dobri ljudi.
- Pišite svoje ciljeve redovno, čitajte i menjajte ih, dopunjujte i malim koracima idite ka njima.
- Verujte u sebe i imajte samopouzdanja.
- Dok gradite karijeru, nemojte da zaboravite svoju porodicu i prijatelje.
- Napravite balans između posla i porodice kako niko ne bi trpeo.
- Radite na sebi svakodnevno.
- Pomozite svakome kome možete, a dobro će vam se vratiti.

Raznovrsnost održava karijeru interesantnom i dinamičnom

Svetlana Stojanović, stručni saradnik za pravne poslove u kompaniji Merkur osiguranje

Šta vas je zadržalo u sektoru osiguranja sve ove godine?

Više od 15 godina pronalazim zadovoljstvo u svakodnevnom radu u sektoru osiguranja koji pravnicima pruža mogućnost da obavljaju različite poslove, uključujući regulatorne i korporativne poslove, savetovanje klijenata, ugovorno pravo, rešavanje sporova i slično. Ova raznovrsnost može održati vašu karijeru interesantnom i dinamičnom. Moja posvećenost sektoru osiguranja proizlazi iz kombinacije strasti prema pravu, stalnog učenja i mogućnosti da doprinesem pozitivnim promenama u jednoj ovakvoj oblasti. To su vrednosti koje me pokreću i motivišu svakog dana, i to je razlog zašto sam odlučila da ostanem verna ovom sektoru tokom cele svoje karijere.

Da li ste u nekom periodu života imali problem da uspostavite balans između privatnog i poslovnog života?

Usklađivanje privatnog i poslovnog života je nešto s čime se svako od nas susreće u određenom trenutku, posebno iz perspektive žene i majke. Postizanje ravnoteže može biti izazovno, ali je izvodljivo uz određenu organizaciju, podršku porodice, prijatelja i kolega, postavljanje granica i prioriteta. Shvatila sam da, ako želim da budem uspešna i ispunjena, moram prvo da se pobrinem za svoje fizičko i mentalno blagostanje, kao i za bliskost s porodicom i prijateljima. To nije bilo lako, ali sam postepeno, kroz male korake, uspostavljala balans. Naučila sam da ne mogu sve sama i da je u redu da zatražim pomoć kada je potrebno. Uz otvorenu i iskrenu komunikaciju sa poslodavcem, razumevanje i podršku poslodavca za vaše lične i porodične obaveze, sve je mnogo lakše.



Promene vidim kao priliku za rast

Tamara Stanisavljević, aktuar u kompaniji Merkur osiguranje

Kakvi su novi trendovi u sferi životnog osiguranja? U kom pravcu ide razvoj novih proizvoda? Kakva je budućnost Unit-Linked polisa?

Kao posledica razvoja ponude finansijskog tržišta, prakse u Evropi i svetu, ali i razvoja svesti i potrebe naših klijenata za savremeni pristup ulaganju novčanih sredstava uz istovremenu zaštitu koju pruža osiguranje, 2022. godine kreirali smo takozvani Unit-Linked proizvod. Fondovi za koje je vezan naš proizvod prvenstveno ulazu u održive izdavaoce hartija od vrednosti koji se odlikuju ekološki prihvatljivom i društveno odgovornom politikom poslovanja, te smo na taj način podržali i očuvanje naše planete. Budući da klijentima daje drugačije mogućnosti ulaganja od tradicionalnih i da prati svetske standarde na tržištu osiguranja, mislim da ovaj proizvod zaslužuje veliku pažnju i da će se sve više klijenata opredeljavati za njega. Sa ponosom mogu da kažem da je njime kompletirana naša ponuda životnog osiguranja i da ispunjava trenutne potrebe tržišta. Sigurna sam da ćemo i u budućnosti pratiti potrebe naših klijenata, ali i svetske trendove, kako bismo ostali inovativni i sigurni u svojoj ponudi.

Da li ste u nekom periodu života imali problem da uspostavite balans između privatnog i poslovnog života?

Mislim da balans uvek mora ponovo da se uspostavlja nakon velikih promena, bilo privatnih ili poslovnih, a one su, u mom slučaju, bile česte. Ja te promene sada, nakon ovoliko godina iskustva, vidim kao priliku za rast, ali nisam ih uvek tako doživljavala. Najteže je, mislim, svakako uspostaviti balans kada su deca u ranom uzrastu i zahtevaju vaše fizičko prisustvo. Ono što je meni pomoglo jeste podrška bliskih ljudi – porodice i prijatelja, ali i stalni rad na ličnom razvoju. Mnogo je lakše kada i poslodavac shvata važnost uspostavljanja balansa, pokazuje razumevanje i ima individualizovan pristup svakom zaposlenom – to je ono što sam pronašla u Merkur osiguranju.

NIŠTA ŠTO ŽENA NE MOŽE DA REŠI

Kada ste na početku i kada je biznis još uvek „mlad“, svaka podrška predstavlja korak napred u postizanju poslovnog uspeha. NALED, kompanija Philip Morris i Vlada Srbije odavno prepoznaju tu potrebu, pa su do sada u okviru StarTech programa podrške inovacijama i digitalnoj transformaciji čak 82 kompanije dobile finansijsku i drugu pomoć za razvoj svog proizvoda. Među grantistima je sve više preduzetnica kojima je ovakav vid podrške izuzetno značajan u prvim godinama poslovanja

Inovacija nastaje iz potrebe, kvalitetan proizvod iz nauke

Nataša Došen, osnivačica kompanije Bacillomix Co



Nataša Došen

Mikrobiološki proizvodi iza kojih stoji kompanija Bacillomix Co predstavljaju inovativno rešenje za zaštitu biljaka i oplemenjivanje zemljišta a dobili su „vetar u leđa“ kroz Startech program. Kompanija koju je osnovala Nataša Došen iz Novog Sada u poslednje tri godine beleži veliki rast. Imaju sve što im je potrebno za proizvodnju: pogon, laboratoriju, stručni kadar.

Koliko vam je ovakva vrsta podrške bila značajna u daljem poslovanju i koliko vam je izazovno, kao preduzetnici, da razvijate vašu biznis ideju i kasnije sam razvoj čak tri inovativna mikrobiološka preparata?

Inovacija nastaje iz potrebe, a kvalitetan proizvod iz nauke. Naš prvi preparat Bacillomix specijal je proizvod mog master rada. To je mikrobiološko đubrivo proizvedeno od izolata Bacillus sp. iz vojvodanskih

zemljišta. Registrovali smo ga 2014. godine uz pomoć partnerske kompanije, a 2019. odlučili smo da na tržištu nastupimo samostalno kako bismo aplicirali za programe podrške startup i inovativnim preduzećima. Tako smo uspeali da obezbedimo sredstva potrebna za dalji razvoj i istraživanje. Finansijska podrška je uvek potrebna, u bilo kojoj fazi razvoja inovativne kompanije jer jedna inovativna ideja povlači za sobom razvoj mnogih budućih.

S obzirom na to da se bavite istraživanjem i razvojem u biotehnologiji, da li se i sa kakvim izazovima susrećete u industriji u kojoj brojučano i dalje dominiraju muškarci?

U našoj kompaniji su većinski zaposlene žene. Pošto je to mala porodična kompanija, u kojoj su zaposleni i moj suprug i sin, ne susrećem se sa takvom vrstom izazova, a jedina imenica muškog roda koja nam donosi izazove u poslovanju je zakon, koji ne prati pravilnike za korišćenje bespovratnih sredstava za inovativna preduzeća. Šaljivo ću reći, inovacija, saradnja, nauka i privreda su imenice ženskog roda, ali zakon je imenica muškog roda, pa može malo da zakasni, ili bude nejasan. Ali, nije to ništa što jedna žena ne može da reši.

Istraživanja su pokazala da preduzetkinje uglavnom moraju da rade dodatne poslove jer profitabilnost dolazi sporije, dok je kod preduzetnika u Srbiji taj procenat znatno niži. Da li je vama bilo teško u prvim godinama preduzetništva?

Mislim da je u prvim godinama preduzetništva podjednako teško i muškarcima i ženama. Takođe mislim da ovaj period žene lakše prevazilaze zbog svojih bioloških osobina, jer jedno biće koje je predodređeno da bude majka ima više šanse za uspeh u periodu visokog pritiska raznih izazova. Pre svega mislim na žensku „multitasking“ sposobnost.



Dodela priznanja Veles Sense-u

Stereotipi i dalje postoje, ali ih je sve manje

Marina Ljubenović, suosnivačica kompanije Veles Sense

Marina Ljubenović je doktor elektrotehnike i inženjerstva, ali i suosnivačica kompanije Veles Sense koja stoji iz softvera PlantYsense za otkrivanje bolesti vinove loze u ranoj fazi i pomaže da se na taj način sačuva prinos grožđa, na čijem razvoju ona radi. Kako je ova kompanija osnovana nedavno, godinu i po dana u preduzetničkim vodama prođe kao tren, u ovoj kompaniji se i dalje finansiraju iz grantova te im je od velikog značaja bila podrška StarTech programa.

Veles Sense je kompanija osnovana pre nešto više od godinu dana. Koliko vam je u ovoj fazi značajna podrška u vidu grantova?

Podrška koju je kroz projekte Veles Sense dobio na samom početku poslovanja je od izuzetnog značaja zbog toga što nam omogućava da fokusiramo energiju i vreme na sam razvoj proizvoda i dobijanje novih ideja. Takođe, što se mene lično tiče, podrška je značajna

kako bih nastavila da se bavim istraživačkim radom i unapređenjem našeg rešenja. Transfer tehnologija iz istraživačkog rada ka primeni u realnim uslovima, pogotovo u agrikulturi, predstavlja dugačak put koji se sastoji od dosta uspona i padova. Podrška nam svakako pomaže da sa tog puta uklonimo ili umanjimo mnoge prepreke.

S obzirom na to da se bavite razvojem softvera i deo ste IT sektora, da li se i sa kakvim izazovima susrećete u industriji u kojoj brojučano dominiraju muškarci?

Kao inženjer elektrotehnike i ekspert sa doktoratom iz oblasti kompjuterskih nauka, ja se već dugi niz godina nalazim u okruženju u kom su istorijski brojučano dominirali muškarci. Poslednjih godina je primećeno sve veće prisustvo žena u STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) oblastima, koje doprinose ne samo svojim znanjem i idejama, već i inovacijama koje pomeraju granice. Naravno, neki stereotipi i dalje postoje, ali ih je po mom mišljenju sve manje.

Kako su u vašem slučaju izgledale prve godine u preduzetništvu?

U fazi razvoja u kojoj se trenutno nalazi Veles Sense, kada još uvek nismo profitabilni, izazov je jednak za sve članove tima. S obzirom na to da Veles Sense postoji tek nešto više od godinu i po dana, a da je proces razvoja inovativnih rešenja, naročito u poljoprivredi koju odlikuje sezonalnost, veoma zahtevan, Veles Sense se još uvek oslanja na finansiranje iz grantova. Stoga, u fazi razvoja kada još uvek nemamo korisnike koji plaćaju za korišćenje našeg softvera, svi članovi tima su fokusirani na razvoj rešenja koje će vinogradarima olakšati život, a naše rešenje PlantYsense definitivno staviti na mapu neizostavnih softvera u poljoprivredi.



StarTech grantisti 2023

SVAKI IZAZOV PREDSTAVLJA PRILIKU ZA RAST

Katarina Todosijević, Marketing and PR Director, New Moment Agency

Moje ohrabrenje u svakom poslovnom izazovu u kom sam se našla bile su reči moje mame „ti to možeš“, kojima me je pratila odmalena. Svaki put kad bih pomislila da je za mene nešto previše, da ne uspevam, da ne mogu da idem dalje, njene reči bi mi odzvanjale u glavi kao vodilja i motivacija

Karijerni put počela je u dinamičnom svetu novinarstva u redakciji Blica, gde je imala priliku da istražuje živahnu scenu grada i deli svoja iskustva kroz rubriku „Sinoć u gradu“, što, kako kaže Katarina Todosijević, smatra dragocenim iskustvom za devetnaestogodišnjakinju, koja tek ulazi u svet odraslih. Nekoliko godina kasnije, tražeći praksu u PR sektoru, našla se kao saradnik na projektima fondacije Saveta za novo mišljenje. Svakim korakom shvatala je da su komunikacije mesto gde pripada. Ubrzo se pridružila New Moment PR timu, gde je stekla dragocena iskustva, i još dragocenije ljude koji su i danas važan deo njenog života.

„Zahvalna sam što sam na početku svoje karijere, bar nakratko, imala priliku da učim od pionira marketinga, Dragana Sakana, i da saradujem sa timom neverovatnih kreativaca na mnogobrojnim nagrađivanim kampanjama. Magični miks kreative i komunikacija učinio je da i danas budem zaljubljena u ovaj posao, podjednako kao i prvog dana. Imala sam mnogo sreće da su promene i napredovanja uvek dolazili onda kada sam mislila da sam dosegla svoj limit, terajući me da težim ka višem cilju i da uvek pomeram svoje granice“, kaže Katarina Todosijević.

Ko su vam bili uzori? Od koga i koju ste najvažniju lekciju naučili iz posla kojim se bavite?

Tokom svoje karijere imala sam priliku da upoznam mnoge inspirativne ljude, od kojih sam dosta učila. Od samog početka, usvojila sam mentalitet kontinuiranog učenja, upijajući lekcije i znanja od svih sa kojima sam imala privilegiju da saradujem – od prvih mentora do mog tima danas, saradnika, partnera i klijenata. Najvažnija lekcija koju sam izvukla je da učenje nikada ne sme prestati. Svaka interakcija, svejedno da li vodi do uspeha ili neuspeha, nudi neprocenjiva saznanja koja oblikuju kako lični tako i profesionalni rast.

New Moment je jedna od najpoznatijih agencija u regionu. Sa kakvim se svakodnevnim izazovima suočavate u rukovođenju i donošenju odluka?

Kao vodeća regionalna agencija, svakodnevno se suočavamo sa mnoštvom izazova. Od komunikacije i koordinacije između timova, do praćenja potreba klijenata i trendova na tržištu. Pronalaženje ravnoteže između inovacije i pouzdanosti, uz održavanje ugleda i istorije koja stoji iza New Moment agencije, zahteva konstantnu budnost i prilagodljivost.

Takođe, jedan od najvećih izazova je održati kvalitet i opravdati poverenje koje nam klijenti već godinama pružaju. Sa nekima od klijenata radim od samog početka u agenciji, zajedno smo prošli mnogo, postali smo dobri prijatelji i kolege, i danas radimo kao jedan tim. Ujedno je velika odgovornost biti deo tako dugih poslovnih priča koje negujemo sa kompanijama kao što su P&G, Huawei, Coca-Cola, VISA, Pernod Ricard, Carlsberg, Yettel, Deichmann, Payoneer, Unicef... ali i steći poverenje i ukazati jednaku posvećenost klijentima sa kojima tek počinjemo saradnju. Svakako jedna od najvažnijih stvari na koje uvek stavljam akcenat je dobra organizacija i ulaganje u tim. A to je ujedno i najveći izazov, jer bez dobrog, snažnog i stabilnog tima, bez ljudi kojima verujete, nije moguće ostvariti dobre rezultate. Ponosna sam na moj tim, na svako njihovo napredovanje. Zahvalna sam što sam okružena predivnim ljudima sa neverovatnom energijom i ljubavlju ka poslu.

Koje su pozitivne a koje negativne strane rada u dinamičnom i izazovnom okruženju?

Rad u dinamičnom i izazovnom okruženju pruža uzbudljive prilike za rast i inovacije. Brzina promena drži vas stalno angažovanim i motivisanim da pomerate granice. Međutim, to takođe zahteva



Pronalaženje ravnoteže između inovacije i pouzdanosti, uz održavanje ugleda i istorije koja stoji iza New Moment agencije, zahteva konstantnu budnost i prilagodljivost

kreativnost i prilagodljivost, jer se mogu pojaviti neočekivane prepreke. Ipak, savladavanjem tih izazova postiže se istinski rast i, ujedno, dolazi do novih saznanja.

Kako biste opisali svoj stil rukovođenja? Da li se razlikuje u odnosu na muške kolege?

Verujem u stil vođenja primerom, i osnaživanje članova tima da ostvare svoj pun potencijal. Prijateljski odnos koji gradim sa svojim timom, zasnovan je na saradnji, empatiji i negovanju kulture kontinuiranog učenja i rasta. Saki je imao jednu predivnu rečenicu: „Da biste znali da vodite, morate da znate da sledite.“

Tačno je da radni stil određuje svakog pojedinca, ali smatram da pol ne definiše način vođenja, već su to kvaliteta i vrednosti koje neko poseduje, koji oblikuju pristup poziciji i poslu.

S obzirom na posao kojim se bavite i poziciju na kojoj radite, da li ste nešto žrtvovali na svom profesionalnom putu?

Tokom svog profesionalnog puta donosila sam svesne odluke koje podržavaju moje vrednosti i aspiracije. Iako su ove odluke možda podrazumevale određene kompromise, smatram ih neophodnim koracima ka ostvarivanju ciljeva. Verujem da je u svim životnim segmentima jako važno fokusirati se na sadašnji trenutak, umesto na razmišljanja o hipotetičkim „šta ako“ situacijama.

Na koji način utičete na druge žene u kompaniji? Koliko je u okviru same kompanije važno da postoje podrška i neki vid mentorstva od strane liderki u profesiji mladim ženama koje ulaze u posao?

U našoj agenciji posvećeni smo stvaranju inkluzivnog okruženja u kojem pojedinci, bez obzira na pol, imaju mogućnost da napreduju. Mentorstvo igra ključnu ulogu u ovom nastojanju, pružajući podršku, iskustvo i prilike za rast.

Naravno da kao žena u poslovnim okruženju imam potrebu da svojim ličnim primerom pozitivno utičem i na druge žene. Kampanja „She’s Next“, koju radimo već duži niz godina, a koja se zalaže za osnaživanje ženskog preduzetništva, motivisala me je da tome danas pridam veći značaj. Bez obzira na to koliko zaista verujem da su za uspeh svakog pojedinca potrebni rad i zalaganje, i da ne zavisi od pola, u radu na ovoj kampanji shvatila sam da je žene ipak potrebno malo više podržati, i da neke od nas imaju manje samopouzdanja i poslovne sigurnosti.

Kako biste ohrabрили druge žene da ne odustanu od svojih karijernih planova?

Moje ohrabrenje u svakom poslovnim izazovu u kom sam se našla bile su reči moje mame „ti to možeš“, kojima me je pratila odmalena. Svaki put kad bih pomislila da je za mene nešto previše, da ne uspevam, da ne mogu da idem dalje, njene reči bi mi odzvanjale u glavi kao vodilja i motivacija.

Stoga, uvek verujte u sebe i nikada ne sumnjajte u svoj potencijal. Tokom karijernog puta, naići ćete na prepreke i neuspehe, ali svaki izazov predstavlja priliku za rast i nove mogućnosti. Ono što bih istakla kao najznačajnije – okružite se porodicom, prijateljima, mentorima i saradnicima koji vas podstiču i osnažuju. Vaši snovi su vredni ostvarenja!

VREME JE NAJDRAGOCENIJI RESURS, A LJUDI SU NAJVAŽNIJI

Jasmina Nikolić, *Regional Project Director SEE New Moment New Ideas Company Beograd*

U centru svega su ljudi sa svojim afinitetima, kapacitetima, aspiracijama, motivacijama i adekvatnošću za određeni posao ili tim. Odluke u poslu donosim oslanjajući se na svoje iskustvo, mišljenje onih kojima verujem, stomak i nameru

Na pitanje šta smatra zaslužnim za napredak u karijeri, Jasmina Nikolić kaže da je do uspeha došla uz puno rada i pomalo sreće.

„Daću prednost sreći, jer je za svaki uspeh stečen na pošten način rad neminovan preduslov“, kaže ona.

Kako se razvijala vaša karijera, od nekih početaka u biznisu, pa do trenutne pozicije u kompaniji?

Imala sam sreće da se 2005. godine nađem na pravom mestu u pravom trenutku – na kafi sa drugaricom Brankom Conić. Ona je tada radila u New Momentu, a ja u drugoj agenciji. Slučaj je hteo da nam se u prelepoj bašti New Momenta u Hilendarskoj 14 pridruži Saki (Dragan Sakan) i tokom tog razgovora odmah mi ponudi prelazak. Nisam razmišljala. Već sam obožavala New Moment izdaleka, od fakultetskih dana i tokom magistarskih studija, dopadale su mi se magija kojom odiše, kreativnost, galerija i ideje.

U startu sam imala sreće i sa klijentima. Radila sam za RTS, za Disney, za Ministarstvo kulture na projektu predstavljanja Srbije na Venecijanskom bijenalu arhitekture, za Bitef i za klijente iz Francuske, Amerike i Britanije. Pogled iz ove perspektive na te početke je vrlo zanimljiv, jer će se ispostaviti da me tokom čitavog dosadašnjeg puta najviše ispunjava upravo da radim za kulturu, umetnost, kampanje i klijente koji daju svetu nadu, svrhu, lepotu, hrabrost i nadahnuće.

Provela sam i tri godine „na strani klijenta“ u RTS-u kao PR direktor Muzičke produkcije i kao deo PR tima za Evroviziju. Dragoceno iskustvo sa kojim sam se bogatija vratila u New Moment na Sakijev nagovor.

Po povratku u New Moment nisam se više bavila PR-om već advertajzingom i upravljanjem brendovima. To je prvi izlazak iz zone komfora jer o brend menadžmentu i advertajzingu nisam znala mnogo, a poverena mi je funkcija koja je podrazumevala seniornost u toj oblasti. Zauvek ću biti zahvalna na poverenju koje mi je dato, i sebi na rešenosti da ga opravdam. Pročitala sam mnogo knjiga, gledala najbolje prezentacije, radove koji su

dobijali nagrade na kanskom festivalu kreativnosti... Deceniju kasnije, kreiraću program i držati predavanja na jednoj akademiji na modulu „Brend i marketing menadžment“.

U međuvremenu, puno sam radila i u tome sam mnogo uživala, jer radim ono što volim. To je za mene uspeh. A valorizacija tog uspeha dolazi kao prirodna posledica – nemoguće je ulagati energiju, ljubav i timski rad, a da to ne rezultira dobrim. U tom smislu, postigli smo fine uspehe: 10 kanskih lavova, Effie priznanja, i više od 100 nacionalnih, regionalnih i internacionalnih priznanja. New Moment je postao najveća nezavisna agencija u regionu. U poslednjih par godina fokusirala sam se na specifične projekte u New Moment regionu Jugoistočne Evrope. Želim svojom ekspertizom i posvećenošću da podržim klijente, ideje i projekte koji čine svet boljim. Snažno verujem da je, pored poslovnih rezultata, važno da čuvamo ljudskost, kulturu i prirodu.

Šta su najveći izazovi u vašem poslu danas?

Vreme, AI i vrednovanje rada.

Vreme je najdragoceniji resurs koji svi imamo.

U tom smislu, dragocenost je imati klijente koji jasno artikuliraju šta žele da bude rezultat komunikacije i/ili koji imaju poverenja u eksperte i svoj tim. Vreme koje uštedimo od brojnih iteracija korisnije je za promišljanje, suštinske razgovore i ideaciju.

AI je posebna tema u smislu korišćenja, regulative i buduće neizvesne okolnosti. Upoznata sam sa regulatornim inicijativama na nivou Evrope i sa neminovnošću njegovog cross-sektorskog uticaja.

Lično ga doživljavam i koristim kao alat, a videćemo u kom pravcu sve ide. Svakako, smatram da AI nije pretnja za nečiji posao, ali ljudi koji ga koriste jesu. Pored AI, velika i sve važnija tema je data science, upotreba podataka i predviđanje trendova.

Vrednovanje rada je već godinama izazov na tržištu komunikacija. Svi žele najbolje stručnjake po najnižoj ceni, što prosto finansijski i tržišno nije održivo.



Nemoguće je ulagati energiju, ljubav i timski rad, a da to ne rezultira dobrim

Čime se rukovodite u donošenju poslovnih odluka i, sa druge strane, kako znate kada da kažete ne klijentu?

Vreme je najdragoceniji resurs, a ljudi su najvažniji. Zato su prilikom odlučivanja u centru svega ljudi sa svojim afinitetima, kapacitetima, aspiracijama, motivacijama i adekvatnošću za određeni posao ili tim. U tom smislu, odluke u poslu donosim oslanjajući se na svoje iskustvo, mišljenje onih kojima verujem, stomak i nameru. Važno je da odluke koje su možda upitne u datom trenutku čine da iz njih nešto shvatimo, rastemo i reflektujemo.

Kada su u pitanju situacije u kojima se klijentu ili potencijalnom klijentu kaže „ne“, one su zaista veoma retke. Recimo, ne učestvujemo u procesima za dobijanje poslova u kojima je jedini kriterijum najniža cena jer time obezvređujemo i svoj rad i struku.

Advertajzing i marketing spadaju u profesije u kojima žene danas čine većinu zaposlenih, posmatrano po podacima iz razvijenih zemalja. Šta vidite kao razlog tome?

Iako to zavisi od specifičnog konteksta i regiona, žene verovatno gravitiraju ka marketingu iz nekoliko razloga. Na primer, kreativnost i komunikacijske veštine, esencijalne za advertajzing i komunikacije, prirodno privlače žene naročito za account i PR pozicije, zatim finansije, kreativu i copywriting. Postoji stereotip da žene imaju veću sklonost za razumevanje potrošača i psihologije, da imaju više empatije, da su preciznije i istrajnije u obavljanju zadataka. Takođe, tu je i fleksibilnije radno okruženje u poređenju sa tradicionalnim industrijama koje ženama omogućava bolji balans posla i porodičnog života.

U New Momentu je taj balans polova spontano uspostavljen, možda slično pomenutoj statistici sa nešto više zaposlenih žena nego muškaraca. Naša industrija neprestano evoluira i generalno mislim da je važno da se biraju najadekvatniji ljudi za određeni posao bez obzira na pol.

Da li se ipak i u takvom okruženju, kakav je advertajzing i marketing, nailazi na prepreke u napredovanju ka rukovodećim pozicijama, s obzirom na to da procenti zastupljenosti žena, kad se posmatraju više pozicije, značajno opadaju?

Imam utisak da advertajzing i marketing nemaju opterećenost takvom statistikom. U poređenju sa drugim industrijama, ipak ovde imamo solidnu zastupljenost žena na visokim pozicijama, direktorke marketinga, predsednice upravnih odbora, sve je više agencija u Srbiji koje vode žene.

U New Momentu, pored Žarka i Lazara Sakana, bord direktora ima nešto više žena. Ostavljam prostora da pretpostavim da ima žena koje i da mogu, ne moraju nužno želeći najviše pozicije.

Šta vas lično motiviše da napredujete u karijeri?

Sveukupno zadovoljstvo poslom je jedini kriterijum koji me motiviše, da radim ono što volim, u okruženju koje podržava talenat, radoznalost i lični razvoj. Uspon u karijeri je napredovanje onda kada nam omogućava da budemo najbolja verzija sebe i kao takvi doprinesemo biznisu.

Kako se borite protiv rodni predrasuda u poslovnom okruženju i generalno u društvu?

Znanjem i komunikacijom. Stavom, dostojanstvom i integritetom. Pristojnošću. Osnaživanjem mladih žena kad god sam u prilici.

MOĆ JE UVEK U NAMA SAMIMA



U svetu u kojem tradicionalno dominiraju muški lideri, naša marketing agencija je ponosna što predstavlja izuzetak. Sa većinom ženskih lidera u našim upravljačkim strukturama, mi smo inspiracija za osnaživanje žena da preuzmu svoje mesto u poslovnom svetu.

U našoj agenciji, šest izvanrednih dama - Nataša, Biljana, Jasna, Ivana, Dragana, predvođene generalnom direktorkom Jasminom - ne samo da oblikuju strategiju i donose ključne odluke, već i postavljaju standarde za poslovni uspeh. Naša prisutnost ne samo da donosi raznolikost u odlukama, već pokazuje i moć i efikasnost ženskog liderstva.

Kroz rad, nas šest žena udružile smo različite generacije, karaktere, strukture, energije, posebnosti i pokazale da smo sposobne da se nosimo sa izazovima svakodnevnog poslovanja, da inoviramo i pronalazimo nove pristupe, te da gradimo inspirativnu radnu atmosferu koja podstiče kreativnost i timski rad.

Naš uspeh nije samo rezultat izuzetne stručnosti i predanosti, već i posledica kulture podrške i jednakih mogućnosti, koju smo uspostavili u našoj agenciji. Učimo jedne od drugih, delimo znanje i iskustva, i podstičemo jedna drugu da rastemo i razvijamo se kao lideri.

Žene često donose drugačiji pogled na probleme i izazove sa kojima se firma suočava. Njihova jedinstvena perspektiva može doprineti stvaranju inovativnih rešenja i strategija koje muškarci možda ne bi mogli da prepoznaju. Ova raznolikost u razmišljanju može biti ključna za rešavanje složenih problema i ostvarivanje konkurentske prednosti na tržištu.

Pored toga, žene na upravljačkim pozicijama često pokazuju veću empatiju i sposobnost za timski rad. One su često sklonije slušanju i uvažavanju mišljenja drugih članova tima, što doprinosi stvaranju pozitivne radne atmosfere i povećava motivaciju i angažovanost zaposlenih.

Vešte smo u balansiranju različitih obaveza i prioriteta, što nas čini efikasnijim liderkama u dinamičnom poslovnom okruženju. Sposobnost žena da ostanu smirene i fokusirane u stresnim situacijama može biti od ključnog značaja za uspeh firme u turbulentnim vremenima.

Gledajući unazad na svoj put do trenutne pozicije, vidimo prepreke koje smo prevazišle, izazove koje smo savladale i uspehe koje smo postigle. Uspeh je rezultat rada i talenta, a ne samo rezultat pola kojem pripadamo.



Uprkos stereotipu, žene mogu biti poslovne saradnice i prijateljice. Generalna direktorka Jasmina Stojanov i njena zamenica Nataša Vujović to dokazuju.

Tradicionalno, često se predstavlja da su žene sklone rivalstvu i intrigi u poslovnom okruženju, međutim, istina je daleko od toga. Zašto su žene tako dobre u uspostavljanju prijateljstava na poslu? Mi smo često veoma empatične i sposobne da razumemo potrebe, želje i osećaje svojih koleginica. Ova sposobnost empatije omogućava nam da stvorimo dublje veze zasnovane na poverenju i podršci.

Drugo, delimo slične izazove i iskustva u poslovnom svetu, to nas povezuje na emocionalnom nivou. Borba za ravnotežu između posla i privatnog života, suočavanje sa seksizmom ili diskriminacijom na radnom mestu, ili jednostavno pritisak da se dokažu u muškom dominantnom okruženju, sve su to situacije koje povezuju žene i stvaraju osnovu za dublje prijateljstvo.

Žensko liderstvo nije samo poželjno, već i neophodno za uspešno poslovanje. Ujedno smo modeli za mlade žene koje tek ulaze u poslovni svet, pokazujući im da su mogućnosti za uspeh neograničene i da je njihov

glas važan i potreban. Kroz naš primer, šaljemo snažnu poruku o važnosti ambicije, samopouzdanja i upornosti. Dokle god bude podržavala žene na putu ka uspehu i omogućavala im da zauzmu svoje zasluženno mesto u upravljanju, naša agencija će nastaviti da bude lider u promovisanju rodne ravnopravnosti i osnaživanju žena u poslovnom svetu. Naš uspeh deo je veće priče o promeni kulture i normi koje su dugo vladale u poslovnom svetu i o stvaranju bolje i pravednije budućnosti za sve žene koje teže da ostvare svoje potencijale.



U kompaniji Sandoz najvažnija nam je vera da ono što radimo ima višu svrhu

Jelena Pribićević, direktorka sektora Zapadnog Balkana za biosimilarne i bolničke lekove i Market Access Srbija

Kompanija Sandoz je svetski broj 1 u generičkim i biosimilarnim lekovima, ali i kompanija koja u Srbiji ima 75 odsto žena među zaposlenima



Upoznajte nas sa kompanijom Sandoz Srbija u kojoj radite već 16 godina?

Poslovanje multinacionalne farmaceutske kompanije Sandoz podrazumeva brigu o zdravlju ljudi i održivosti zdravstvenog sistema u segmentu snabdevanja lekovima. Cilj našeg poslovanja je da obezbedimo dostupnost najkvalitetnijih generičkih i biosimilarnih lekova što većem broju pacijenata globalno i na tržištu Srbije i Zapadnog Balkana. Prema procenama, u svetu se više od 800 miliona pacijenata leči Sandozovim lekovima. Ovaj trend se uočava u oblasti biološke terapije, grane farmacije koja je moja posebna oblast interesovanja. Iako sam 16 godina u istoj kompaniji, slobodno mogu reći da

se sve vreme kontinuirano zajedno razvijamo, menjamo i prilagođavamo potrebama tržišta.

Kako izgleda vaš radni dan i šta vam ovaj posao donosi na ličnom nivou?

Svaki radni dan nosi mnoštvo obaveza i zbog toga je potrebna velika fleksibilnost i postavljanje prioriteta na dnevnom nivou. Komunikacija sa timom koji se nalazi u različitim državama je u startu za mene bila izazov koji sam rado prihvatila. Kroz ovaj posao naučila sam kako izgleda usklađivanje poslovnog sa privatnim životom, a ženama je to često teško. Kao majka troje dece, moram priznati da su za uspešnu karijeru i porodični život neophodni dobra organizacija i podrška. Rad od kuće doneo mi je mogućnost usaglašavanja svih uloga u kojima sam sada, lidera i majke kojoj je sreća i radost dece jedan od najvažnijih pokretača za dalji rast i razvoj.

Koje osobine mora da ima osoba da bi uspešno vodila tim unutar kompanije?

Za uspešno vođenje tima najvažnije je imati viziju i duboko verovati da ono što radimo ima višu svrhu. To je mnogo više od nadgledanja i delegiranja, zahteva motivisanje, inspirisanje i stvaranje atmosfere u kojoj zaposleni mogu ostvariti pun potencijal. Vrlo je važno reći da je feedback jedan od načina da se zaposleni razvijaju i segment u poslovanju lidera koji motiviše tim, a kroz to smo uključeni u međusobni razvoj.

Kakvu budućnost priželjkujete na poslovnom putu, imate li neostvarene ciljeve?

Na svakoj poziciji na kojoj sam bila u toku karijere, postavljala sam ciljeve koji su se bazirali na tome da pružim svoj doprinos u oblasti dostupnosti kvalitetnih lekova što većem broju pacijenata. Bez obzira na to da li govorimo o kratkoročnim ili dugoročnim ciljevima, trudila sam se da ih ostvarim. Modeli poslovanja koje smo zajedno postavljali, dali su rezultat da se dostupnost biološke terapije poveća, što bih volela da se implementira i na ostalim tržištima Zapadnog Balkana.

Rad sa mladima me inspiriše da se menjam nabolje svakim danom

Zorica Radivojević, direktorka Sektora za Rx i OTC proizvode

Novim kolegama u kompaniji prenosim osećaj ponosa što učestvuju u važnom procesu obezbeđivanja uslova za poboljšanje zdravlja ljudi u Srbiji

Kako vi ostavljate trag radeći u kompaniji Sandoz Srbija, a koje lekcije delite sa mladim kolegama?

Po struci sam farmaceut i imala sam priliku da u svojoj karijeri budem uključena u skoro sve oblasti kojima se farmaceut može baviti. Oduvek me vodi entuzijazam da saznam, nadogradim, primenim i promenim. Za takav pristup veoma je važno okruženje koje podržava promene, a u kompaniji Sandoz smo to uspeli da postignemo. Dešavale su se različite promene, a ono što je bilo konstantno jeste da je kvalitet Sandozovih lekova u Srbiji isti kao u svim ostalim zemljama Evrope. Novim kolegama u kompaniji prenosim osećaj ponosa što učestvuju u važnom procesu obezbeđivanja uslova za poboljšanje zdravlja ljudi u Srbiji. Verujem u izreku da se znanje množi kada se deli, zbog toga prenosim svoje znanje i podstičem ljude da prevaziđu svoja ograničenja.

Šta za vas znači voditi uspešan tim?

Tim je uspešan kada svaki pojedinac u timu može da se ostvari i doprinese više nego što bi to mogao da uradi sam. Učila sam i rasla uz inspirativne lidere koji su verovali u potencijal članova tima i znali da ga osnaže, te se time i ja rukovodim. Članovi tima treba da veruju u svrhu i cilj svog rada, da razumeju strategiju kojom se do rezultata dolazi, kao i da budu svesni lične odgovornosti za svoj razvoj i uspeh. Na ovaj način se uz podršku rukovodioca u timu razvijaju novi lideri i specijalisti određenih veština.

Šta imate želju još da naučite u radu, a da do sada niste?

Srećna sam što moj entuzijazam i želja za učenjem sa godinama ne opadaju, već rastu i šire se na oblasti za koje nisam ranije ni slutila da će me zanimati. Živimo u vremenu gde se izdvajaju dve krajnosti – ubrzan AI razvoj i naše učenje o mogućnostima i opasnostima njene primene, i promena ljudskih vrednosti, motivacije i svrhe rada. Nove generacije stasavaju u ovom procepu i odgovornost rukovodilaca je da pripreme sebe, okruženje i kompaniju za novu generaciju zaposlenih. Obe ove oblasti me trenutno jako zanimaju. Posebno rad



sa mladim ljudima koji me inspirišu da stalno učim i menjam se.

Čime svaka žena treba da se vodi u biznisu?

Najvažnije je biti autentična, dosledna svom cilju i u skladu sa sobom. Žene sebi postavljaju ponekad nedostižne ciljeve da budu savršene u svakom segmentu života – od izgleda, karijere, društvenog života, porodice, zdravlja, mode ili hobija. Često se dovode u situaciju da se potpuno odriču jednog dela da bi bile uspešne u drugom. Sa godinama sam uverenija da je suština i cela mudrost pravog samopouzdanja u prihvatanju sebe kao savršene celine svih nesavršenih delova. To je žena koja blista na poslu i van njega!

RS2405130230/05/2024

NIJE LAKO BITI PROVOKATIVAN I KULTURAN U ISTO VREME

Minja Jugović Janjić, direktorka marketinga u kompaniji SBB

Nije lako izdvojiti se u advertajzingu danas kada smo preplavljeni komunikacijom koja dolazi sa Tik Toka i drugih društvenih mreža, koje više ne traže da budemo onako „upeglani i čisti” kako je to nekad bilo. Iako su neki od mojih učitelja govorili da samo iz velike muke nastaju velika dela, mislim da to baš i nije tako i da veća dela nastaju iz harmonije gde se kreativnost rasplamsa uz slobodu misli, hrabrost, kreativnost i timski rad koji doprinosi tome da zajedno stvaramo

„Smatram da je davno prošlo vreme muških i ženskih rukovodećih pozicija i da danas možemo da se podelimo samo na profesionalce i neprofesionalce“, kaže Minja Jugović Janjić i dodaje da ono što ljude razlikuje na svim pozicijama, pa i rukovodećim, jeste sam odnos prema poslu, odnos prema ljudima sa kojima saradujemo, odnos prema društvu i zajednici i da se u tome najbolje prepoznaje sa kakvim liderom imamo posla.

Kako se razvijala vaša karijera, od nekih početaka u biznisu, pa do trenutne pozicije u kompaniji?

Moja karijera se razvijala postepeno. Mogu slobodno da kažem da sam svaki stepenik morala da prođem i da nije bilo preskakanja, što sa jedne strane jeste bilo povremeno naporno i izazovno, ali sa druge strane značilo mi je što temeljno prelazim svaki korak i što sam lepo sagledala obe strane medalje. Jednu na strani agencije, a drugu na strani kompanije. Jedna strana sagledava kreativni proces, a drugi pored kreativnog i biznis. Trudim da učim svakog dana i da budem otvorena za sticanje novih znanja, ali i konstantno prilagođavanje promenama, jer smatram da je to ključ uspeha u poslu kojim se bavim.

Šta čeka sektor telekomunikacija u narednom periodu u Srbiji, ali i globalno?

Telekomunikacije su brza industrija u kojoj se stalno nešto menja. Konstantan razvoj i inovacije su neminovni i nešto što smatram da je aktivno prisutno, kako globalno tako i lokalno, u Srbiji.

Što se tiče trenutne slike srpskog tržišta, najzad smo naišli na jedan period cenovnog smirivanja. Posle dugog perioda u kome su cene dampingovane na tržištu i u kome se igrala jedna nefer tržišna utakmica, dolazi do promene. Naime, ako posmatramo biznis rezultate, takva tržišna utakmica nije bila dugo održiva i primirje je u neku ruku bilo neminovno. Izazov nije bio lak, ali najzad svi koji se bavimo ovom industrijom sada možemo kreativnije da se posvetimo isticanju prednosti koje nudimo u okviru servisa koje pružamo kao usluge i da kvalitet naših usluga, odnos sa korisnicima i korektna cena budu deo odluke u odabiru telko-provajdera.

SBB je dobitnik mnogih nagrada za marketinške kampanje. Kako se izdvojiti u moru reklama i informacija?

Nije lako izdvojiti se u advertajzingu danas kada smo preplavljeni komunikacijom koja dolazi sa Tik Toka i drugih društvenih mreža, koje više ne traže da budemo onako „upeglani i čisti” kako je to nekad bilo. Smatram da u kreativnom procesu nije uvek dovoljno da se vodimo našim kompanijskim vrednostima, već da je važno da krenemo od potrebe naših potencijalnih ali i postojećih korisnika, da uspevamo da pružimo usluge prema njihovim kriterijumima, u smislu kvaliteta, i da sa njima iskreno komuniciramo. Na sve to, trudimo se da budemo kreativni i da im pridemo na jedan dopadljiv način kako bi ostvarili i emotivnu povezanost sa našim brendom.

Ponosna sam na činjenicu da radim u sistemu gde učestvujem u svakom segmentu kreativnog procesa. Nisam samo neko ko upravlja i odobrava, već i neko ko učestvuje. To nije uvek lako, ali na kraju zaista vidite ono iza čega stojite

Ponosna sam na činjenicu da radim u sistemu gde učestvujem u svakom segmentu kreativnog procesa. Nisam samo neko ko upravlja i odobrava, već i neko ko učestvuje. To nije uvek lako, ali na kraju zaista vidite ono iza čega stojite.

Čime se rukovodite pri kreiranju kampanje i kako birate saradnike?

Trudim se da biram saradnike tako da, pored toga što su profesionalni i kreativni, budu i dobri, lagani ljudi za saradnju. Na velikim projektima, na kojima imamo i snimanja reklama, važno je da komunikacija bude dobra i da su međuljudski odnosi na zavidnom nivou, jer svaka karika tu doprinosi svojim učinkom. U lepoj atmosferi ljudi bolje saraduju i lakše prevazilaze sav neminovni stres koji projekat može da nosi. Iako su neki od mojih učitelja govorili da samo iz velike muke nastaju velika dela, smatram da to baš i nije tako i da veća dela nastaju iz harmonije gde se kreativnost rasplamsa uz slobodu misli, hrabrost, kreativnost i timski rad koji doprinosi tome da zajedno stvaramo.

Na koji projekat u svojoj karijeri ste posebno ponosni?

Posebno sam ponosna na prošlogodišnju kampanju



„Kad imaš izbor, biraš SBB”, to je kampanja koja je puštena kao odgovor na tržišna dešavanja i izazove sa kojima smo se mi kao kompanija nosili proteklih godina. Kreativno je projekat bio zahtevan i dugo je trajao, pažljivo smo birali svaku reč, detalj i ona je pravi primer rada gde više glava bolje misli. Kampanja je puštena u pravom momentu i što je najvažnije ostvarila je odlične rezultate - kako za vezivanje postojeće baze korisnika, tako i za osvajanje srca novih. Ono što je posebno interesantno je to da je bila cenzurisana od strane pojedinih medija i morali smo stalnim monitoringom da reagujemo i da nalazimo alternativne načine da dopremo do javnog mnjenja, što je projekat učinilo još dinamičnijim. Ovakvi projekti prijaju ne samo zbog dobijenih nagrada, već i zbog komentara kolega iz profesije, pa i samih komentara u javnosti. Uspeli smo da budemo provokativni, ali i da na kulturni način skrenemo pažnju, što danas nije lako.

Koji savet imate za buduće liderke, koje tek planiraju da započnu svoj profesionalni put?

Da budu otvorene da uče, da ne primaju ništa lično, da budu uporne i dosledne a opet fleksibilne. Da rade ono što vole i što ih motiviše da rastu u svakom pogledu, jer to je put do uspeha.

KOMPAS U DINAMIČNOM VREMENU

Marija Mihajlović, direktorka Sektora finansijskog kontrolinga u kompaniji SBB

Finansijski kontroling je integralni deo procesa odlučivanja, koji služi kao kompas u veoma dinamičnom i promenljivom vremenu u kome se nalazimo. To je most koji sirovim informacijama daje smisao. Uz pomoć finansijskog kontrolinga, biznis ima savršen alat, koji definiše sve važne pravce poslovanja, a pritom daje uvid u postojeće stanje, analizira prošlost i daje korektivne predloge, kao i smernice za budućnost. Savremeno poslovanje i nove tehnologije daju mogućnost da se mnogo brže i u realnom vremenu prate i obrađuju velike količine informacija

„Pre više od 20 godina, otkada sam uplovila u finansijske vode, znala sam da uspeh neće doći preko noći i da samo trudom, radom i stalnim usavršavanjem mogu da dođem do svog cilja“, kaže Marija Mihajlović koja u kompaniji SBB radi 16 godina, za koje kaže da su prošle brzo i dinamično - od pozicije finansijskog analitičara, preko finansijskog kontrolera, do pozicije direktora sektora finansijskog kontrolinga na kojoj je sada već šest godina.

Kako biste definisali finansijski kontroling u savremenom poslovanju?

Finansijski kontroling je integralni deo procesa odlučivanja, koji služi kao kompas u veoma dinamičnom i promenljivom vremenu u kome se nalazimo. To je most koji sirovim informacijama daje smisao. Uz pomoć finansijskog kontrolinga, biznis ima savršen alat, koji definiše sve važne pravce poslovanja, a pritom daje uvid u postojeće stanje, analizira prošlost i daje korektivne predloge, kao i smernice za budućnost. Savremeno poslovanje i nove tehnologije daju mogućnost da se mnogo brže i u realnom vremenu prate i obrađuju velike količine informacija.

Koliko je za vaš posao, kao direktora finansijskog kontrolinga, značajna dobra saradnja sa menadžmentom kompanije?

Dobra saradnja je važna na svim nivoima, a posebno sa menadžmentom kome je tačna, pravovremena i informacija od značaja neophodna. Zahtevi su često

izazovni i sa veoma kratkim vremenskim rokovima, zbog čega je komunikacija od suštinske važnosti, kao i odnos poverenja koji se gradi na integritetu, posvećenosti i konstantnom održavanju kvaliteta informacija.

Kakav je uticaj finansijskog kontrolera na korporativnu strategiju kompanije?

Uticaj finansijskog kontrolinga je značajan i može da usklađuje postojeće strategije u real time-u, pa čak i da u potpunosti izmeni strategiju ukoliko se ukaže potreba na temelju koji je potkrepljen činjenicama.

Koji su najveći izazovi sa kojima se suočavate u svom poslu danas, posebno ako se pogleda konstantan razvoj tehnologije?

Osim potrebe za stalnim usavršavanjem i usvajanjem novih znanja, kao i transferom znanja na sve saradnike, izazovi dobijanja prečišćenih informacija u prihvatljivom vremenskom okviru, pa ponekad i unapred sa pogledom u budućnost, čine stalni izazov. Takva potreba u poslednjih 20 godina se konstantno ubrzava.

Šta vas je motivisalo i održalo na profesionalnom putu? Kako i kada nalazite vremena za profesionalno usavršavanje?

Motivacija na prvom mestu dolazi iz ljubavi prema poslu koji obavljam i prirodne potrebe da stvari dovedem do perfekcije. Tokom svoje karijere susretala sam se sa mnogim izazovima koji su me oblikovali na način

U svakom okruženju je pitanje volje i višeg smisla nešto što može da dovede do mnogo boljih uslova za sve, pa tako i do prevazilaženja svih vrsta predrasuda, a pitanje ličnog prioriteta je u tome jednako važna tema



da sada osećam veliko poverenje u sebe, a potvrda od strane saradnika, kao i svaki priznati uspeh nakon uloženog truda, daje mi snage i želju za još mnogo toga. Profesionalno usavršavanje je deo posla i integrisano sa ostalim obavezama.

Kako biste opisali svoj stil rukovođenja u kompaniji? Da li se razlikuje u odnosu na muške kolege?

Moj stil rukovođenja zavisi od mnogo faktora i pre svega bih ga nazvala adaptivnim, jer dinamika i uslovi diktiraju potrebe za određenim stilom rukovođenja. Važno je prepoznavanje trenutka i okruženja, kao i kapaciteta timova. U ovom smislu, mislim da ne postoji striktna podela na muško i žensko rukovođenje, već na dobro i loše rukovođenje, jer se radi o veštini koja može da se nauči ili stekne iskustvom.

Da li mislite da u našem društvu postoje barijere za žene koje žele na napreduju u karijeri i koje su? Sa druge strane, koliko korporativna kultura u kompaniji može da doprinese bržim promenama u jednom društvu, u smislu prevazilaženja preovlađujućih rodnih predrasuda?

U savremenom društvu još uvek postoje određene kočnice za napredak žena u karijeri, pre svega u periodu kada žena želi da se ostvari u majčinstvu i neminovno odsustvo u tom periodu dovodi do usporavanja u razvoju karijere. Sa druge strane, danas više nego ikad postoji prostor za uvođenje poslovnih strategija koje će ženama omogućiti da ovaj period provedu na najbolji mogući način. U svakom okruženju je pitanje volje i višeg smisla nešto što može da dovede do mnogo boljih uslova za sve, pa tako i do prevazilaženja svih vrsta predrasuda, a pitanje ličnog prioriteta je u tome jednako važna tema.

NIJEDAN BIZNIS DANAS NE MOŽE SEBI DA PRIUŠTI DA IGNORIŠE REČ KORISNIKA

Jelena Roljić, rukovoditeljka, Služba za Customer Experience u kompaniji SBB

Izgradnja odnosa sa korisnicima ključna je za dugoročni uspeh poslovanja. Naravno, uvek je izazovno biti svakodnevno motivisan u komunikaciji sa korisnicima, ali svi u timu smo tu da motivišemo jedni druge. Trudim se da svakom članu svog tima omogućim priliku da raste i da se profesionalno razvija, stiče znanja kroz obuke i mentorske programe, kao i da se nagrade izuzetni pojedinci među njima

Jelena Roljić je u kompaniji SBB više od 17 godina posvećena Customer Care-u, odnosno korisničkom iskustvu. Kroz različite liderske pozicije, do trenutne kao rukovodioca Customer Experience sektora, imala je prilike da iskusi svaki aspekt rada u oblasti brige o korisnicima, posvećena strateškim ciljevima i kontinuiranom rastu i razvoju organizacije. „Važan razlog dugogodišnjeg rada u kompaniji je sama činjenica da sam se u njoj uvek osećala dobro. Dobila sam poverenje i podršku, kolege sa kojima je sjajno raditi, zdravu kulturu u kojoj se problemi ne guraju pod tepih, već se rešavaju, u kojoj se komunicira otvoreno i sa uvažavanjem, u kojoj se radi, ali i dobro zabavlja“, kaže ona.

Istraživanja pokazuju da je SBB broj jedan operator po kvalitetu usluge i korisničkom zadovoljstvu. Kako izgleda komunikacija vašeg sektora sa korisnicima?

Korisničko iskustvo nam je apsolutni prioritet, a u prilog tome nam govori i istraživanje agencije Deep Dive koja je potvrdila da su SBB korisnici najzadovoljniji, kao i međunarodno priznanje Customers Friend za posvećenost izvrsnom korisničkom iskustvu. Svakog meseca analiziramo i pratimo zadovoljstvo naših korisnika, što nam daje priliku da unapređujemo naše postojeće interne procese i da našim korisnicima pružimo najbolje iskustvo prilikom svakog kontakta. Svako od nas je tu da kroz razgovor razume potrebe korisnika i nađe najbolje rešenje u skladu sa kompanijskim procedurama.

Kako pratite zadovoljstvo svojih korisnika i čime se rukovodite u donošenju odluka u pravcu daljeg unapređenja usluga?

Neto Promoter Score (NPS) se koristi za merenje zadovoljstva korisnika i verovatnoće da će naše servise i usluge preporučiti drugima. NPS metrika nam pomaže da identifikujemo ko su među našim korisnicima promotori, pasivci i detraktori i ukazuje na zdravlje kompanije i njen potencijal da posluje dobro u budućnosti. Nijedan biznis danas ne može sebi da priušti da ignoriše reč korisnika. Pored toga, neto rezultat promotera je standardno merilo koje koriste kompanije širom sveta. Mi se ponosimo našim trenutnim rezultatima – godišnji NPS nam je 50, a naš cilj je da dostignemo NPS 55, što je izuzetno visok rezultat kada je u pitanju korisničko zadovoljstvo.

Na koji način se uspostavlja prava mera u direktnoj komunikaciji sa sadašnjim i budućim korisnicima?

Izgradnja odnosa sa korisnicima ključna je za dugoročni uspeh poslovanja. Snažna veza zasnovana na poverenju i komunikaciji pomaže našim korisnicima da se osećaju sigurnije i povezanije sa našim brendom, a takođe ima značajnu ulogu u zadržavanju naših korisnika i dolasku novih. Ključ dobrog odnosa sa našim korisnicima je da oni imaju najbolje moguće iskustvo kada koriste naše proizvode i usluge, kao i prilikom svakog kontakta sa nama.

Ključno je imati samopouzdanje, veru u svoje sposobnosti i biti dosledan svojim vrednostima i ciljevima, bez obzira na prepreke koje se mogu pojaviti

Kako motivišete svoj tim u svakodnevnom poslovanju?

Uvek je izazovno biti svakodnevno motivisan u komunikaciji sa korisnicima, ali svi smo tu da motivišemo jedni druge. Trudim se, pre svega, da svakom članu svog tima omogućim priliku da raste i da se profesionalno razvija, stiče znanja kroz obuke i mentorske programe, kao i da se nagrade izuzetni pojedinci među njima. Takođe, otvoreno komuniciramo o svemu, što daje prostora svima da izraze svoje ideje, brige i sugestije. Na taj način, svaki član tima se oseća važno i motivisano da doprinese uspehu kompanije.

Kao poslovnoj ženi, šta su bili neki od najvećih izazova sa kojima ste se suočili i koje ste lekcije izvukli iz tih iskustava?

Suočavala sam se sa različitim izazovima koji su me oblikovali i omogućili mi da iz njih izvučem važne lekcije. Jedan od najvećih izazova bio je prevazilaženje predrasuda i stereotipa koji su ponekad prisutni u poslovnom svetu. Naučila sam da je ključno imati



samopouzdanje, veru u svoje sposobnosti i biti dosledan svojim vrednostima i ciljevima, bez obzira na prepreke koje se mogu pojaviti. Radim u kompaniji u kojoj 50 odsto zaposlenih čine žene i u kojoj pol nije presudan za napredovanje u karijeri. Važno je imati zdravo, podsticajno okruženje koje će vas kao ženu podržavati i razvijati na profesionalnom putu.

Na šta prvo pomislite kada čujete da treba uspostaviti balans između privatnog i poslovnog života? Šta to podrazumeva za vas?

Za mene, balans između privatnih i poslovnih obaveza znači postizanje harmonične koegzistencije između profesionalnih ciljeva i ličnih prioriteta. To podrazumeva aktivno vođenje brige o svim aspektima mog života, uključujući karijeru, porodicu, zdravlje, hobije i društveni život. Na kraju, balans između privatnog i poslovnog života za mene znači živeti u skladu sa svojim vrednostima, sa svesnošću o tome da su sreća i zadovoljstvo više od samog postizanja uspeha u karijeri.

UZ DOBRU ORGANIZACIJU, SVE JE MOGUĆE

Jelena Pejković, direktor prodaje Secure Power kompanije Schneider Electric

Motivacija je jako važna, ako ona postoji, onda je jednostavno pronaći inspiraciju i uzore u okruženju. Introspekcija je nešto što potcenjujemo, često sam pričala sa ženama koje očekivanja roditelja ili sredine poistovećuju sa svojim željama i ambicijama. Živimo u vremenu koje obećava iste šanse svima, na nama je da ih iskoristimo

Kako je oduvek bila dobra u matematici i fizici, Elektrotehnički fakultet je bio logičan izbor. Na studijama je, kako kaže Jelena Pejković, uvek bilo manje devojaka, i bila je svesna da je odabrala mušku profesiju. Schneider Electric-u pridružila se odmah po završetku fakulteta i tu je već punih 16 godina.

„Schneider Electric je zaista kompanija koja neguje različitosti, podstiče stalni razvoj i usavršavanje i ceni entuzijazam i posvećenost poslu. U velikoj internacionalnoj kompaniji imala sam priliku da radim sa mnogo ljudi, kako naših, tako i stranaca, i smatram da je to veliko iskustvo“, kaže Pejković.

Prva pozicija u Schneider Electric-u bila je u sektoru marketinga.

„I danas smatram da sam tu dobila najveću širinu, upoznavajući kompletan proces kako se jedan proizvod plasira na tržište i šta je sve za to potrebno. Kasnije su me privlačile razne novine u ponudi i aktuelni trendovi, poput rešenja za energetske efikasnost, solarne energije, punjača za električna vozila... Biral sam pozicije koje su zapravo bile u domenu razvoja poslovanja, što me je na kraju dovelo do prodaje. Danas sam na mestu direktora sektora prodaje za region koji čini pet zemalja, u jednom od najdinamičnijih sektora koji adresira infrastrukturu data centara, besprekidna napajanja i napredna rešenja za upravljanje i nadzor. Istovremeno sam i supruga i majka dva dečaka. Priznajem da uživam da rušim predrasude koje na tržištu svakako postoje.“

Da li i dalje smatrate da je elektrotehnika rezervisana samo za muškarce ili se to promenilo? Da li kompanija u kojoj radite motiviše žene da se bave ovim poslovima, i na koji način?

Procenat žena u ovom biznisu je svakako manji, i lično smatram da se o ovoj temi trenutno dosta priča. Velike internacionalne kompanije poput Schneider

Electric-a već su se obavezale da će se boriti da na rukovodećim pozicijama bude jednaka zastupljenost žena i muškaraca. Trenutno je u Schneider Electric-u na čelu Europe Operations tima žena. Nedavno sam imala priliku da je upoznam i da se i na njenom primeru uverim da je, uz dobru organizaciju, sve moguće. Ona je istinski primer uspešne poslovne žene, koja je u isto vreme i uspešna u svom privatnom životu, pa tako pored svih obaveza i uloga postiže i to da se priprema za maratonsku trku na ovogodišnjoj Olimpijadi u Parizu.

Kako biste ocenili svoj stil rukovođenja?

U mojoj dosadašnjoj karijeri, uglavnom sam se sretala sa muškarcima rukovodiocima, ali nisam mišljenja da je pol ono ključno što razlikuje način rukovođenja. Kada sam i sama postala rukovodilac, sela sam i dobro promislila koji su moji prioriteti i na koji način želim da vodim tim.

Ja jesam neko ko je prvenstveno fokusiran na rezultat, a rezultat prave ljudi i za to su im potrebni vreme i poverenje. Zato se trudim da budemo agile, što je danas moderno reći, a to zapravo znači da pojednostavimo i ubrzamo komunikaciju, da svako zna svoj deo posla, i da na kraju dana ljudi znaju da za sve probleme na koje naiđu mogu da se obrate meni. Uspešima se iskreno radujemo i proslavljamo ih timski. Kao i u sportu, važno je da znamo ko nam je bio MVP u presudnom momentu, ali zasluga ide za timski rad. Promovisanje i isticanje ljudi koji daju poseban doprinos je važno, jer na taj način komuniciramo koje su to vrednosti koje želimo da gajimo u svojim timovima.

Na koji način utičete na druge žene u kompaniji? Koliko je u okviru same kompanije važno da postoji podrška i neki vid mentorstva od strane liderki u profesiji mladim ženama koje ulaze u posao, kakva



Borba sa predrasudama i promocija nekih lepih i uspešnih priča je ono što mene na dnevnom nivou motiviše da idem dalje

je situacija u Schneider Electric-u povodom toga?

Trudim se da ličnim primerom pokažem da je vredno poštovati sopstvene ambicije i da ne treba odustajati. Često u neformalnim razgovorima sa mladim koleginicama, podelim svoju priču i ohrabrim ih da idu napred. Moj savet svima onima koji imaju veće ambicije je da se bore za svoje prilike, umesto što će čekati da im priliku pruže drugi.

Kompanija zaista dosta ulaže u razvoj ljudi i nudi razne vidove mentorstva; od buddy programa namenjenog novozaposlenima, do eksternih business mentora za senior menadžere. Digitalizacija i globalizacija učinile su da putem internih onlajn platformi možete da zatražite mentorstvo od bilo kog Schneider Electric zaposlenog širom sveta.

Koje su pozitivne, a koje negativne strane rada u dinamičnom i izazovnom okruženju?

Oduvek sam znala da mi treba dinamično radno okruženje, i to mi je jedan od važnijih aspekata. Svaki projekat, svaki partner, svaki korisnik je priča za sebe. Kao direktor prodaje, kada putujem po zemljama u našem regionu, srećem se kako sa ljudima iz svog tima, tako i sa partnerima i korisnicima. Sa jedne strane, energiju crpim iz svih tih interakcija, ali ako treba da se osvrnem i na negativne strane posla, onda bih istakla da ponekad, nakon napornog dana ili nekoliko dana na putu, kada dođem kući, želim samo da ćutim. Ali je onda svaki novi projekat, novi izazov i profesionalna satisfakcija koja me drži u igri.

S obzirom na posao kojim se bavite i poziciju na kojoj radite, da li ste nešto žrtvovali na svom profesionalnom putu?

Dinamično radno okruženje ume da vas zanese. Ako ste voljni, posla uvek ima. To je nešto što može da postane zamka, i neretko se dešava da uspešni poslovni ljudi zanemare neke druge aspekte života, porodicu ili lično zdravlje. Važno je naći balans, a on je prilično individualna stvar. Svako od nas ima drugačiju unutrašnju motivaciju i jako je dobro da je razumemo, oslušujemo i živimo u skladu sa svojim vrednostima i uverenjima. Mislim da sam u tome uspela. Periode napornog rada zaokružujem zasluženim odmorima, a za mene je putovanje sa porodicom na neku novu destinaciju uvek najbolji odmor.

Kako biste ohrabрили druge žene da ne odustanu od svojih karijernih planova?

Motivacija je jako važna, ako ona postoji, onda je jednostavno pronaći inspiraciju i uzore u okruženju. Introspekcija je nešto što potcenjujemo, često sam pričala sa ženama koje očekivanja roditelja ili sredine poistovećuju sa svojim željama i ambicijama. „If there is a will there is a way“ je ono čime se i lično rukovodim. Živimo u vremenu koje obećava iste šanse svima, na nama je da ih iskoristimo.

Da li je istina ili mit da uspešne žene mogu biti u isto vreme i porodične, majke, supruge?

Poznajem veliki broj uspešnih žena, u raznim sferama biznisa, koje su ostvarene na svim poljima. Ono što je još važnije naglasiti je činjenica da to nije uvek jednostavno, ne dolazi preko noći, traži i vreme i neka odricanja, dobru organizaciju i podršku porodice. Borba sa predrasudama i promocija nekih lepih i uspešnih priča je ono što mene na dnevnom nivou motiviše da idem dalje.

ŽENE U POSLU BEZBEDNOSTI

Kompanija SITE d.o.o. se bavi pružanjem usluga iz oblasti zaštite i bezbednosti. Sa preko 10 godina iskustva, kompanija se specijalizovala za zaštitu od požara, tehničku zaštitu i upravljanje rizicima od nastanka vanrednih situacija, sa stotine uspešno realizovanih projekata. Zapošljava trideset stručnjaka iz oblasti bezbednosti, uglavnom inženjera sa posebnim ovlašćenjima i licencama, a više od polovine zaposlenih su žene



Jovana Đoković: SITE d.o.o. pouzdan partner za bezbednost

Osnivač i direktor Jovana Đoković, po struci master inženjer arhitekture, ističe da je biznis kojim se bave izuzetno odgovoran i nekarakterističan za žene, uspešno sa svojim timom parirajući muškarcima na ovom polju. Jovana je dobitnica priznanja „Žene u biznisu“, koje je dodeljeno u kategoriji žena preduzetnica za izuzetne poslovne rezultate u 2023. godini.

Bezbednost je esencijalna ljudska potreba, pa iz tog ugla je i korporativna bezbednost, koja je naš osnovni zadatak, prioritet svake ozbiljne organizacije. Ja volim da kažem da se mi bavimo obezbeđivanjem tuđih biznisa. To činimo

stvaranjem bezbednog okruženja i uslova rada kroz usklađivanje poslovanja sa zakonskom regulativom i tehničkom prevencijom vanrednih događaja i situacija. Poučeni dugogodišnjim iskustvom, naš biznis smo koncipirali na osnovu potreba korisnika da na jednom mestu objedine korišćenje svih vrsta usluga iz domena zaštite od požara, tehničke zaštite i vanrednih situacija. Korisnicima svojih usluga SITE d.o.o. je omogućio da u njihovim organizacijama uspostave pouzdan sistem bezbednosti i da se usklade sa zahtevima zakonske regulative.

Kompanija poseduje sva ovlašćenja i licence za obavljanje ove vrste delatnosti, a zaposleni u kompaniji su specijalizovani i licencirani u svim domenima poslovanja. Posebnu pažnju posvećujemo stalnom usavršavanju i edukaciji kadrova, što smatramo preduslovom svake dobre



Ivana Knežević: Transparentna cenovna politika

Ekonomista po struci, u kompaniji SITE d.o.o. zaposlena na poziciji rukovodilac Finansijskog sektora. Više od 10 godina je u poslu upravljanja finansijama.

U svom timu imam još dve žene, Slavicu Đokić i Biljanu Mitić. Zajedno radimo na kreativnom prevazilaženju svih prepreka sa kojima se svakodnevno susrećemo, pri čemu konstantno radimo na unapređenju samog poslovanja, kao i na ličnom usavršavanju.

Znanje i veštine koje sam stekla radeći na ovoj poziciji prenela sam i na svoj privatni život, jer složiće se, mnogo je važno znati kako upravljati novcem i resursima, te pored izrade Bussines plana koji je, reklo bi se, najvažniji dokument svake kompanije, sada imam i svoj lični plan.

Poseban izazov u turbulentnom ekonomskom okruženju su mi troškovi i optimizacija istih. Ovo se ne odnosi samo na interne troškove u okviru naše kompanije, već naprotiv, konstantno radimo na razvijanju modela optimizacije troškova naših klijenata. Poseban akcenat stavila bih na prikrivene troškove sa kojima se kompanije svakodnevno susreću, a po mom mišljenju istim se nedovoljno bave. Mi se trudimo da vodimo transparentno poslovanje i da pravovremeno informišemo klijente o cenovnoj politici i eventualnim promenama.

Iako nekada vrlo stresan posao zbog velike odgovornosti ili pak nastojanja da se opravda poverenje koje ste dobili radeći na toj poziciji, rad u finansijama je i kreativan, sa vidljivim rezultatima, koji vam daje podsticaj da iznova i iznova dostižete bolje rezultate.

kompanije. Biznis koji se temelji na znanju je predodređen na uspeh sa jedne strane, a sa druge strane značajnu ulogu u tome ima i zadovoljstvo zaposlenih u kompaniji. Stoga se trudimo da pružimo sveukupno dobre uslove rada jer smatramo da su zaposleni „ogledalo firme“, kada su oni zadovoljni kompanija ide napred. U usavršavanju smo otišli i dalje formirajući sopstveni Edukativni centar i time šireći kvalitetna znanja i van naše kompanije!

Struktura zaposlenih u SITE d.o.o. je takva da žene bročano, a reklo bi se i hijerarhijski, prednjače. Ovo ne znači da smo diskriminirale muškarce, naprotiv značajan deo posla u organizaciji nosi i muški deo tima i ovo se prvenstveno odnosi na poslove koji su predodređeni za muškarce, kao što su poslovi sa povećanim rizikom, rad na visini i specifične montaže i instalacija opreme... Timskim radom uspevamo da prevaziđemo sve izazove i uspešno realizujemo poslove. Iskustvo je pokazalo da žene generalno imaju teži put pozicioniranja u biznisu, ovaj put je prepleten usponima i padovima, usklađivanjem porodičnih i poslovnih obaveza, potrebom za dodatnim dokazivanjem, manjkom poverenja od strane potencijalnih partnera u biznisu, međutim žene kada jednom prođu taj put i kada steknu neku poziciju na bazi svog znanja i iskustva, bivaju istrajnije, pedantnije i duže ostaju na rukovodećim funkcijama.

Ono što je najznačajnije i što dolazi kao posledica predanog i posvećenog timskog rada su uspešno realizovani projekti. Poverenje koje nam daju partneri je svojevrsan izazov i vetar u leđa da idemo napred, borimo se za nove poslove i otvaramo nove horizonte. Gotovo da nema značajnijeg projekta u državi u kom nismo direktno ili kao podizvođači učestvovali. Uvid u kompleksnost naše misije najbolje pokazuje i naša prezentacija na internet stranici.





Natalija Panić: Karijera i porodica

Master menadžer bezbednosti, rukovodilac Službe za normativnu podršku i konsalting. U ovom poslu je skoro 10 godina.

Rad na planovima zaštite od požara, procenama rizika od katastrofa, planovima zaštite i spasavanja, kao i procenama u zaštiti lica, imovine i poslovanja podrazumeva veliku odgovornost jer se kroz dokumente propisuju konkretne mere, delovanja i aktivnosti, kako do vanrednih događaja i situacija ne bi došlo. Cilj je da se u slučajevima nastupanja vanrednih događaja obezbedi blagovremena i pravilna reakcija usmerena na zaštitu zdravlja, ljudskih života, imovine i životne sredine. Direktan uticaj na društvo vršimo pre svega prevencijom kroz širenje svesti i znanja na nivou pojedinaca, društvenih grupa, kao i društva u celini. SITE d.o.o. je kompanija koja apsolutno prepoznaje potrebe svojih zaposlenih, naročito žena, kojima je vrlo često teško uskladiti poslovne obaveze sa porodičnim obavezama, privatnim životom i odgajanjem dece. Fleksibilno radno vreme, rad od kuće, podrška tokom čestih odsustvovanja i razumevanje od strane svih kolega neke su od prednosti koje su meni pomogle da, nakon povratka na posao sa porodičnog odsustva, ponovo steknem samopouzdanje, vratim se poslovnim aktivnostima i projektima i shvatim da je moguće napraviti balans u karijeri i porodici. Ženi u tom specifičnom periodu života treba dati punu podršku, mogućnosti za razvoj karijere koje je imala i ranije, prostor da ponovo izgradi svoj poslovni integritet. U takvom zdravom i solidarnom poslovnom okruženju, uz podsticaj i usmerenost ka stručnim usavršavanjima, edukacijama, sticanju licenci i dodatnom obrazovanju u oblastima kojima se bavite, nadahnuti ste da date svoj maksimum u poslu koji radite i koji vam daje mogućnosti za lični rast.

Jovana Rajlić: Znanje pre svega

Master menadžer za terorizam, organizovani kriminal i bezbednost i master inženjer zaštite životne sredine. Poslovima korporativne bezbednosti se bavi od 2016. godine, a u SITE d.o.o. je na poziciji eksperta za normativnu podršku i bezbednosni konsalting.

Bavim se izradom dokumentacije iz sfere bezbednosti i bezbednosnim savetovanjem klijenata. Poslu uvek pristupam sa velikom odgovornošću, jer sam jedan od kreatora bezbednosnih politika, koje predstavljaju deo glavne strategije poslovanja klijenata, a koja počiva na činjenici da rano uočavanje anomalija i brz odgovor čuvaju vitalne vrednosti njihovih organizacija. U našem sektoru aktivno pratimo zakonske izmene, kao i nove standarde i trendove iz oblasti bezbednosti i zaštite, o čemu redovno informišemo naše klijente, kako bi njihovo poslovanje bilo usaglašeno sa svim pozitivnim propisima. Svojim delovanjem nastojimo da pripremimo klijente za operativno, taktičko i stratejsko delovanje u svim vidovima ugrožavanja bezbednosti koji mogu da nastanu na njihovim lokacijama.

Svako ko se bavi bezbednošću, mora biti svestan da je reč o dinamičnoj pojavi. Kako se razvijaju nauka i tehnologija i dolazi do prosperiteta društva, tako se razvija i marginalni deo društva koji pretenduje da to naruši, zbog toga moramo neprestano da učimo, pratimo trendove i iz dana u dan budemo sve bolji i sve to na prvom mestu zbog naših klijenata.

SITE d.o.o. daje takvo radno okruženje da podstiče taj stalan napredak i edukacije svojih zaposlenih, uz timski rad, podršku i razumevanje.



Senka Zejnić: Digitalizacija kao imperativ

Rukovodilac komercijalnog sektora. Ističe da se u sektoru bezbednosti našla sasvim slučajno, ali kako se pokazalo da ova oblast predstavlja svojevrsan izazov, gde svaki projekat donosi novo iskustvo, u njemu ostaje već 15 godina.

SITE d.o.o. je kompanija koja je posvećena stalnom usavršavanju kadrova i stalnom poboljšanju servisa i usluga. Trudimo se da pratimo savremene tehnologije i da koristimo digitalne alate pomoću kojih ostvarujemo kvalitetnije usluge našim klijentima. Ono što bih posebno istakla, a što nas izdvaja u odnosu na druge, jeste korisnički online servis koji klijentima omogućava da status posla provere u realnom vremenu – online putem našeg portala, preuzmu svoju dokumentaciju u elektronskom obliku i potraže podršku direktno na portalu, bez bespotrebnih poziva i mejlova. Pored toga, posebno smo ponosni na naš Edukativni centar koji vrši posebne obuke iz oblasti zaštite od požara, bezbednosti i zdravlja na radu i vanrednih situacija, koji takođe funkcioniše online i pruža mogućnost učenja na daljinu bez bilo kakvog ograničenja u pogledu vremena i mesta pristupa portalu. Trenutno radimo i na razvijanju programa Loyalty club-a za naše najvernije partnere, koji će takođe da donese pregršt novih mogućnosti i pogodnosti. U našem poslu osnovni zadatak je preventivno delovanje,

zašto ja volim često da ponovim, na pregovorima za posao, da je prevencija najjeftinija. Prevencija je u suštini investicija u budućnost. Bez obzira na to da li je klijent za koga radite preduzetnička radnja ili velika korporacija, pristup je uvek isti, ono na čemu insistiram je građenje odnosa poverenja i međusobnog poštovanja, kada se tako postave stvari realizacija ide glatko.



OBARANJE PREDRASUDA O KRHKOSTI I EMOTIVNOSTI

Dugo se bankarski sektor smatrao muškim domenom, ali danas je to oblast u kojoj su žene na menadžerskim pozicijama, rukovode timovima, donose strateške odluke i jasno obaraju sve predrasude o krhkosti i emotivnosti u svetu finansija. Kao društveno odgovorna kompanija koja se može pohvaliti činjenicom da od ukupnog broja zaposlenih čak 68 odsto čine dame, a da njihov broj nikako ne manjka ni na menadžerskim pozicijama, UniCredit Bank Srbija je tokom cele godine posvećena ravnopravnosti i obezbeđivanju jednakih mogućnosti za sve. U UniCreditu žene su ravnopravne u ostvarivanju rezultata, uz poštovanje i prepoznavanje snage koja dolazi iz međusobnih razlika. Jednakost se oslikava i u tome što je u menadžment timu od 11 članova, čak šest dama. U narednim redovima pročitajte njihove priče iz sveta cifara

Aleksandra Rašić, direktorka
Korporativnog bankarstva i članica
Izvršnog odbora UniCredit Banke

Kakav je pristup UniCredit Banke razvijanju i održavanju odnosa s korporativnim klijentima? Na koji način Banka identifikuje i zadovoljava njihove finansijske potrebe?

Kroz višegodišnju posvećenu saradnju sa klijentima, razvili smo duboko razumevanje njihovih finansijskih potreba i postali strateški partneri. Pre svega, aktivnim slušanjem i otvorenom komunikacijom, identifikujemo njihove finansijske ciljeve i transformišemo ih u konkretna rešenja dostupna na tržištu. Pratimo najnovije trendove kada su proizvodi i procesi u pitanju i u skladu s tim digitalizujemo naše poslovanje kako bismo olakšali i pojednostavili saradnju sa bankom, i uštedeli vreme klijentima za tekuće bankarske aktivnosti.



Koristimo lokalno iskustvo i ekspertizu UniCredit Grupe, kako bismo klijentima ponudili savet i strukturirali finansijsku transakciju kod strateških odluka - investiranja u širenje poslovanja, izlazak na tržište kapitala, prodaje i/ili kupovine kompanija, unapređenje ESG principa poslovanja i drugih važnih odluka za budući razvoj poslovanja.

Kakav je vaš pogled na ključne trendove koji će uticati na korporativno bankarstvo u narednih nekoliko godina?

Izdvojila bih dva ključna trenda – digitalizacija proizvoda, usluga i procesa kako kod banaka tako i kod klijenta i potrebe za posebnom ekspertizom bankara kada je reč o podršci strateškim odlukama klijenata za razvoj njihovog poslovanja. Digitalizacija usluga koje banka nudi na onlajn platformama će omogućiti brže i jednostavnije tekuće bankarske aktivnosti i ostaviti vremena klijentima i bankarima za strateške diskusije. Podjednako važan trend jeste ekspertiza bankara da vode stratešku diskusiju sa klijentima i ponude najbolje savete i rešenja za finansijske potrebe daljeg razvoja poslovanja kompanija - savetovanje kod značajnih investicija, ulazak klijenata na tržišta kapitala, zatim kupovine ili prodaje biznisa, potrebnih ESG standarda za održivo poslovanje i najboljih izvora i strukture finansiranja razvoja poslovanja. Banka koja ima izvrsne procese i eksperte - sagovornike u timu bankara, uvek će biti prvi izbor kod korporativnih klijenata.

Opišite vaš stil rukovođenja i kako motivišete tim da postigne vrhunske rezultate?

Trudim se da dobro upoznam tim sa kojim radim, da što više slušam, ali i izazivam na otvorenu diskusiju. Sam stil saradnje se menja u zavisnosti od zrelosti tima i prilika u kojima poslujem. Ponosna sam na to što imam izuzetno iskusne i profesionalne saradnike, jer pretežno zajedno donosimo odluke, definišemo strategiju i postizemo kontinuirano dobre rezultate, a ujedno razvijamo organizaciju u kojoj poslujem. Za sada nas najviše motiviše ambicija da budemo bolji nego juče, a izazivaju konkurenti i kompleksno okruženje da budemo inovativni na svakom koraku. Naravno, sjajan uspeh koji postizemo svake godine je dodatni vetar u leđa.



Sanja Radojčić Sobo, direktorka za Podršku
bankarskom poslovanju i članica Izvršnog
odbora UniCredit Banke

Kada se govori o procesima podrške bankarskom poslovanju, šta je trenutno u fokusu UniCredit Banke, kojim novinama u poslovanju i inovacijama biste mogli da se pohvalite?

Kontinuirano radimo na unapređenju bankarskih procesa, sa fokusom na klijente, u cilju povećanja njihovog zadovoljstva i olakšavanja interakcije koju imaju sa bankom. Digitalizacija nastavlja da nam bude prioritet. U skladu s tim, nedavno smo omogućili klijentima da putem portala eUprava „Moji podaci za banku“ banci dostave neophodne podatke za zaključenje ugovora o kreditnom proizvodu. Takođe, različite nove opcije koje je implementacija digitalizacije donela su i mogućnost zaključenja ugovora o oročenom depozitu ili promene paketa računa na daljinu

putem digitalnog potpisivanja kroz mobilnu aplikaciju, veću dostupnost klijentima kroz unapređenje mobilne aplikacije, kao i digitalizaciju platnih kartica, uključujući i snažan fokus na pojednostavljenje i povećanje efikasnosti u procesima.

Krajem prošle godine smo lansirali aplikaciju za mobilne keš kredite, a do kraja ove godine planiramo da omogućimo i onlajn odobrenje pozajmice po tekućem računu kao i otvaranje računa u našoj banci bez dolaska u filijalu.

Predočite nam ciljeve i planove koje banka ima za tekuću godinu, u oblasti podrške bankarskom poslovanju?

Digitalizacija će nam biti prioritet i u narednom periodu. Cilj nam je da digitalnu transformaciju ubrzamo koristeći se kako internim mogućnostima, tako i kroz saradnju sa spoljnim partnerima. Digitalizacija platnih kartica, bez fizičke izrade plastike će omogućiti njihovo promptno korišćenje, bez obaveze fizičkog preuzimanja istih u ekspoziturama. Zatim, korišćenje veštačke inteligencije i modela podataka, koje će nam omogućiti kreiranje personalizovane ponude klijentima. Takođe, jedan od ciljeva jeste i unapređenje platnog prometa sa inostranstvom, kao i sprovođenje neophodnih aktivnosti u cilju najavljene regulatorne izmene u delu domaćeg platnog prometa kao i implementacije elektronskih menica.

Dodatno, plan je da se u ovoj godini digitalizacija proširi i na segment pravnih lica lansiranjem platforme za digitalno potpisivanje i razmenu dokumentacije. Svakako i ESG inicijativa je jedna od strateških odrednica za dalje poslovanje, te očekujemo da ćemo tokom ove godine usaglasiti naše procese u tom smeru.

Opišite vaš stil rukovođenja i kako motivišete tim da postiže vrhunske rezultate?

Uvek se trudim da budem dostupna kolegama, da budu svesni da mogu sa mnom da podele različite ideje, predloge i nedoumice, te da ćemo sve izazove zajedno rešiti. Takođe, otvorenost i transparentna komunikacija ciljeva i vrednovanje postignutih rezultata su bitne u cilju postizanja vrhunskih rezultata. Pomenula bih i posvećenost kao odliku svog vođenja, čini mi se da ona danas sve više, u jeku smanjenja pažnje usled previše novina, nekada i multitaskinga, postaje izazov da se započete inicijative završe do kraja uz trud svih članova tima. Uspešno završen posao je dodatna motivacija za nove poslove i izazove koji su pred nama.

Novim, ali i postojećim generacijama važno je da omogućimo da se dalje razvijaju u profesionalnom smislu. U okviru naše inicijative „Učenje i razvoj“ na predlog

zaposlenih pokrenuli smo inicijativu „Save the hour for digital learning“ gde svakog četvrtka širimo znanja na različite teme iz oblasti digitalizacije. Na taj način osim uvida u tržište inovacije, kolege imaju mogućnost i da razmene iskustva i znanja, te da tako obezbedimo dodatnu motivisanost i posvećenost članova tima.

Ivana Ivić, direktorka za Razvoj ljudi i organizacione kulture i članica Izvršnog odbora UniCredit Banke

UniCredit Banka je jedina banka u Srbiji koja je nosilac prestižnog priznanja Top Employer. Šta u tom pogledu izdvaja UniCredit i koliko poslodavcu znači takva titula?

Trudimo se da kao poslodavac prepoznavamo potrebe naših ljudi i nove tržišne okolnosti, a ova sertifikacija je potvrda da smo godinama na pravom putu. Anketa pokriva šest domena ljudskih resursa koji se sastoje od 20 tema uključujući strategiju ljudi, radno okruženje, sticanje talenata, učenje, različitost, jednakost i inkluziju, dobrobit



i još mnogo toga. Biti sertifikovan kao najbolji poslodavac pokazuje posvećenost organizacije boljem svetu rada kroz odlične kadrovske politike i prakse. Ne samo da je prava čast poneti ovu prestižnu titulu drugi put, već je i pravi dokaz da gradimo okruženje koje je prepoznato da stvara vrednost za naše zaposlene. Kontinuirana briga o zaposlenima, kao i razvoj njihovih znanja i veština nužni su za naš zajednički napredak. Naša glavna misija jesu jednakost i iste prilike za sve, i to je ono što našu banku izdvaja.

Kulturne vrednosti organizacije su bitne za angažovanje zaposlenih. Šta u današnje doba velikih promena opredeljuje nekoga da bira da bude zaposlen u UniCredit Banci?

Danas, naravno uz posao koji je interesantan, stabilan i pruža fer kompenzaciju, zaposleni traže okruženje koje je inkluzivno u svakom pogledu: sloboda izražavanja mišljenja, razmena ideja, mogućnost za promenu pozicija u okviru same organizacije, prilike za učenje, usavršavanje, inoviranje, kao i rad na savremenim tehnologijama. Posebno se oseća sve veća potreba i za drugim vrstama benefita kao što su fleksibilno radno vreme, rad od kuće, psihološka podrška, podrška zdravlju i zdravom životu, fokus na porodicu i razvoj zajednice. Dakle, zaposleni biraju da rade u UniCredit Banci jer ovde mogu da imaju svoj integritet, osećaju pripadnost i znaju da rade za kompaniju koja brine o njihovom zdravlju, balansu, porodici, okruženju i karijeri. A to su upravo i vrednosti naše kompanije - integritet, odgovornost i briga o zaposlenima.

Opišite vaš stil rukovođenja i kako motivišete tim da postiže vrhunske rezultate?

Nisam nikada razmišljala o stilu, ali rekla bih da timom ne upravljam, već razgovaram - dajem smernice i osnažujem ih da sami donose odluke. Najbitnije za svaki tim je da obezbedite sigurno okruženje, gde svako može da podeli svoje mišljenje. Za to je preduslov da redovno komunicirate strateške smernice kompanije, imate redovne timske sastanke i razmenjujete ideje, kao i da budete otvoreni za sugestije i pitanja. Naravno, potrebno je definisati i očekivanja i rokove.

Svakom zadatku prilazim sa entuzijazmom i timu predočim benefite za nas kao tim i za organizaciju ako uspešno implementiramo neku ideju, završimo projekat, pa čak i kada moramo samo da popunimo tabelu. Uvek ostavljam u agendi naših sastanka prostor za lake teme, šalu, ali i najbitnije - pohvalu. Volela bih i nadam se da članovi mog tima imaju osećaj da sam uvek dostupna za njih i da razumem i čujem njihove brige, neslaganja, predloge i da ih možda neću uvek usvojiti, ali da ću ih uvek čuti.



Svetlana Bunčić, direktorka Identiteta i komunikacija i članica Menadžment tima

Bankarski sektor je pod strogim regulatornim zahtevima u oblasti komunikacija sa klijentima. Koliko je prostora za kreativnost i na koji način se usklađuje kreativnost u obraćanju klijentima, sa regulativom?

Zakonska obaveza, uredbe regulatora, ali i svi nepropisani moralni principi koji podrazumevaju odgovoran odnos prema svim klijentima i njihovoj finansijskoj dobrobiti, dolaze na prvo mesto i nisu ni na koji način u koliziji sa kreativnošću. I ne bi nikada smeli da budu ni kod jedne banke. Kreativnost u kreiranju kampanja i pravog modela komunikacije, upravo i podrazumeva da se iznađe originalan način da se prenesu poruka, da se povežemo sa našim klijentima tako da nas klijenti primete i da se izdvojimo u odnosu na druge banke.

U marketingu i komunikacijama danas je ključna tema da dobro razumemo one sa kojima razgovaramo i da nađemo pravi način da i oni nas razumeju. Zbog toga se trudimo da stil komunikacije prilagodimo onima koji tu poruku čitaju, a da pritom ne izademo iz okvira finansijske institucije koja čuva i sopstveni integritet, kao i integritet svojih klijenata.

UniCredit Banka je društveno odgovorna kompanija koja ulaže u zajednicu u kojoj posluje. Koji su osnovni postulati Banke u oblasti osnaživanja zajednice?

U UniCredit Banci znamo da dobrobit čitavog društva dolazi iz snage svakog njegovog pojedinačnog člana. Osnaživanjem pojedinca, kao i malih jedinica društva koje se okupljaju oko nekog zajedničkog interesovanja ili ideje, stvara se zdravo društveno tkivo koje omogućava široj zajednici da opstaje i raste na duži rok. Prepoznajemo različite segmente, kao što su mladi bez radnog iskustva, ali i stariji koji su u riziku da izgube posao, ljude sa teškoćama ili manje društvene zajednice koje se nose sa predrasudama i isključenostima iz zajednice, potom male privrednike, startape, žene preduzetnice, ali i velike privrednike sa visokim ambicijama i mogućnostima za doprinos ukupnom privrednom rastu zemlje. Ukoliko bi svako od nas uspeo da ostvari svoj pun potencijal, kumulativni efekat na dobrobit čitavog društva bio bi nesaglediv. UniCredit Banka direktno, kao i kroz svoju UniCredit Fondaciju, aktivno radi na otključavanju potencijala čitave Evrope, i ništa manje u Srbiji u odnosu na ostale evropske zemlje.

Verujemo da je dostupnost kvalitetnog obrazovanja ključna poluga koja nas pokreće ka održivoj i stabilnoj budućnosti. Znanje je potrebno za razvoj privrede i ekonomije, za upravljanje biznisima, ali i za lični prosperitet i samoostvarenje svakog pojedinca. Zbog toga, više i iznad svega ulažemo u poboljšanje uslova i kvaliteta obrazovanja u svim zemljama u kojima Grupa posluje, adresirajući različite sporne tačke od zemlje do zemlje. O konkretnim akcijama često pišemo i objavljujemo rezultate kao bismo inspirisali i podstakli i druge koji se još uvek nisu uključili, da se pridruže i daju svoj doprinos ovom pitanju koje prevazilazi sve razlike i suprotstavljene interese.

Opišite vaš stil rukovođenja i kako motivišete tim da postigne vrhunske rezultate?

Ne bih rekla da imam jedan stil rukovođenja, već da se on menja u zavisnosti od situacije u kojoj se nalazimo, tj. procene prioriteta za dati tim u datom trenutku, ali i da je moj pristup svakom članu tima drugačiji u zavisnosti od toga šta koga motivišete, koje aspiracije ili snage ima svako od nas u određenom momentu razvoja karijere. Ono što je ipak konstanta jeste da u svakom trenutku tražim sebi mane i načine da ih korigujem i prevaziđem, da grešku prepoznam i potražim novi metod da je ispravim. Uživam u radu sa profesionalcima koji imaju ličnu ambiciju i intrinzičku motivaciju da stvaraju novu vrednost, kada rukovodilac može samo da da obrise vizije i prepusti se timskim dosegima.



Marija Kićović, direktorka Kontrole usklađenosti poslovanja banke i članica Menadžment tima

Jaka kultura etičkog poslovanja je ključna za održivo stabilno poslovanje. Na koji način promovirate etičko ponašanje i integritet među zaposlenima na svim nivoima Banke?

Pre svega, neophodno je da mi u okviru Compliance funkcije vodimo primerom i da se svaki dan pridržavamo najviših standarda u radu, kao i da kroz saradnju sa drugim funkcijama i jedni sa drugima promoviramo naše vrednosti. Podrška najvišeg menadžmenta uvek igra ključnu ulogu u razvoju etičke kulture jedne organizacije, a naša banka ima visoku svest na najvišim funkcijama da nije bitno samo postići ciljeve već i na koji način smo to uradili. U praktičnom smislu odgovor je vrlo jednostavan - kontinuirane obuke i ponavljanje najvažnijih tema i poruka dok ne postanu podrazumevano ponašanje za sve kolege.

Koliko je važno proaktivno prilagođavanje regulatornom okruženju za jednu banku i koliko je teško primeniti ažurno sve nove procedure u bankarskom poslovanju?

Naravno da je važno i izazovno. Nekada se brže menjaju propisi, a nekada se brže menja poslovno okruženje, pa propisi naknadno prate. Banka mora da se prilagodi i jednom i drugom i da predvidi sve okolnosti. Zato svaki pojedinac u Compliance i u drugim funkcijama u Banci koje rade na sličnim poslovima, mora da radi pre svega na svom ličnom usavršavanju, kako bismo uz pomoć adekvatnog znanja kao tim mogli da se brzo prilagođavamo promenama.

Opišite svoj stil rukovođenja i kako motivišete tim da postigne vrhunske rezultate?

U najkačim crtama - otvorena komunikacija, podrška i razumevanje.

Ana Bogdanović, direktorka Interne revizije i članica Menadžment tima

Revizorski izveštaji su ključni alat za bankarsko upravljanje rizikom. Kako osiguravate da su izveštaji jasni, sažeti i pružaju korisne preporuke za poboljšanje?

Svaki izveštaj je „priča za sebe“. Naravno, polazna osnova je dobro definisana metodologija izrade izveštaja, koja se stalno unapređuje. Međutim, ona sama po sebi nije dovoljna. Naši izveštaji su naše sredstvo komunikacije i prevashodno služe da daju poruku šta su prioriteta. Stalno se usavršavamo u pisanju izveštaja, a kao poslednju praksu bih istakla sveobuhvatni program koji smo prošli u saradnji sa spoljnim saradnicima iz Velike Britanije, koji nam je pomogao da ih unapredimo, da budemo precizniji i više okrenuti korisniku. Na kraju, praksa je ključna, što više izveštaja napišete i pregledate, postajete sve bolji u tome.

Interna revizija ima savetodavnu ulogu, ali i ulogu u izveštavanju o svim odstupanjima u odnosu na internu i eksternu regulativu. Koliko je bitna realna nezavisnost i objektivna percepcija u tom pogledu?

Činjenica je da su nezavisnost i objektivnost u ovom pogledu ključne. Upravo bez takve osnove, prosto je nemoguće pružati usluge interne revizije. Bez njih, gubi se kredibilitet. Moje shvatanje nezavisnosti i objektivnosti je da ih morate steći i održavati, što zahteva jasnu i nedvosmislenu vezu između činjenica i rezultata revizije. Lepota nezavisnosti i objektivnosti je u tome da, pored toga



što sprovedite revizije prema planu, vi dodajete vrednost tako što različiti stakeholderi žele da čuju vaše mišljenje i da se s vama konsultuju kada imaju nedoumice/dileme.

Opišite vaš stil rukovođenja i kako motivišete tim da postigne vrhunske rezultate?

Moje mišljenje i shvatanje je da su u pitanju različiti stilovi rukovođenja, pristupa ljudima i situacijama. Trudim se da rukovodim timom prema principu da timu, u zavisnosti od situacije, dajem ono što mu nedostaje. Nekada to znači da ih ohrabrujem da samostalno donose odluke, nekada ih konstruktivno preispitujemo zajedno, a nekada se dešavaju i situacije gde morate sami doneti odluku, za dobrobit tima. Takođe se trudim da vodim tim sopstvenim primerom, da ih podstaknem da daju malo više od onoga što oni sami misle da mogu. Naravno, negujemo kulturu da imamo jasno definisane zajedničke vrednosti koje poštujemo i svaki dan radimo na tome da imamo okruženje u kome možemo diskutovati, davati povratne informacije, a da se članovi tima osećaju sigurno i da su deo celine, kako u lokalnoj banci, tako i šire, u matičnoj kompaniji.

NAJVAŽNIJE JE DA SE NE ODUSTAJE

Aleksandra Subotić,

izvršna direktorka kompanije United Media

Ključno je biti fleksibilan i otvoren za promene, kontinuirano učiti i prilagođavati se novim okolnostima. Takođe sam naučila važnost izgradnje snažnih timova - svako u organizaciji mora da radi i odgovara za svoj deo posla, jedino tako stvari mogu profesionalno da se unapređuju

Karijeru je počela u sektoru distribucije sadržaja i telekomunikacija još 1997. godine pridružujući se kompaniji koja je specijalizovana za ugradnju satelitskih antena.

„Uočivši potencijal koji je donela pojava kablovskih operatora na tržištu, što je omogućilo lakšu distribuciju TV kanala krajnjim korisnicima, bavila sam se izgradnjom kablovske mreže i mogu reći da mi je taj period zapravo omogućio razumevanje dinamike ponude i potražnje u tom sektoru“, kaže Aleksandra Subotić, izvršna direktorka kompanije United Media.

Naredni profesionalni korak bio je rad na razvoju distributivne mreže DTH platforme Total TV u eks-Ju dijaspori na tržištima zapadne Evrope. Sa širenjem dostupnosti interneta kao načina distribucije, pojavila se mogućnost prenosa sadržaja putem OTT platformi. Od 2008. godine je aktivno radila na konceptualnom razvoju jedne takve platforme, NetTV Plus, fokusirajući se na prodajne modele i pozicioniranje na tržištima Evrope i Severne Amerike.

Kada je 2013. godine United Grupa odlučila da konsoliduje svoje medijsko poslovanje pod brendom United Media, imenovana je za izvršnu direktorku i na toj funkciji je i sada.

„U proteklih 11 godina, naše medijsko poslovanje je prošireno, postali smo jedna od vodećih medijskih kompanija u jugoistočnoj Evropi sa 120 medija, uključujući 60 televizijskih kanala. Poslujemo u osam zemalja i trenutno zapošljavamo više od 4.200 ljudi“, kaže Subotić.

Kako ocenjujete stanje u medijima u Srbiji danas?

Reporteri bez granica su objavili najnoviji izveštaj o stanju medijskih sloboda, ističući da je situacija u

Srbiji na najnižem nivou u poslednje 22 godine od kada oni rade rangiranje. Sa tim moram da se složim. Ne samo da je stanje alarmantno, već dodatno zabrinjava kontinuirani trend pogoršanja situacije iz godine u godinu. Ključni problem leži u tome što mediji u Srbiji ne ispunjavaju svoju osnovnu misiju - ne informišu građane, već su isključivo u službi vlasti i vladajuće stranke.

Velike televizijske stanice sa nacionalnom frekvencijom, koje su tesno povezane sa vladajućim strukturama, kontrolišu informacije u skladu sa narativom koji vlast želi da nametne u društvu. Za takvo ponašanje često su nagrađeni različitim oblicima privilegija i saradnje. Protiv nezavisnih medija i novinara se otvoreno vode kampanje sa najvišeg državnog nivoa. To rezultira brojnim uvredama, pretnjama i napadima koji su sve učestaliji. Mi smo kao kompanija više puta alarmirali i domaću i međunarodnu javnost zbog toga. Samo u proteklih godinu dana evidentirano je više od 40 slučajeva napada i pretnji protiv novinara koji rade za United Media u Srbiji, što je neprihvatljivo.

Kada analiziramo samu medijsku scenu, svedoci smo da portfolio Telekomovih kanala, tu uključujem i one koji se predstavljaju kao samostalni, takođe služi političkim ciljevima vlasti. Zauzvrat dobijaju ogromna finansijska sredstva a beleže neverovatne gubitke – samo Arena kanali posluju sa minusom od 60 miliona evra godišnje. Dakle, imamo državnog operatera kome je cilj da, po svaku cenu, korišćenjem državnih resursa, uništi konkurenciju – privatnu kompaniju SBB, samo zato što građanima nudi nezavisne kanale United Media – N1 i Novu. Ova dva kanala, iako ograničenog dometa, imaju značajan uticaj u društvu jer su se pozicionirali kao mediji na kojima građani mogu čuti objektivne informacije i kojima veruju.



Foto: Nebojša Babić

Dodatno, na celu tu situaciju, usvojen je i novi zakon o medijima, kojim se ozakonilo dotadašnje nezakonito delovanje Telekoma Srbija da ostvaruje vlasništvo u medijima, što nam pokazuje jednu odlučnost vlasti da nema nameru da obezbedi slobodu medija i medijski pluralizam. Vlada samo privid bogate medijske scene i izbora, a zapravo smo svedoci da se ovde istina jedva čuje.

Nastavljate li borbu za nacionalnu frekvenciju u Srbiji?

Da. Mi ćemo sa naše strane učiniti sve što možemo zato što sadržaji koje televizija Nova u Srbiji proizvodi kao i kompletna programska shema jesu u svakom pogledu ponuda koja zaslužuje nacionalnu frekvenciju. Ipak, nismo optimisti da će doći do velikih preokreta i da će vlast pristati da se istina čuje, bar ne sa ovim sastavom REM-a. Imamo paradoksalnu situaciju da se telo, koje treba da bude nezavisno, ponosi svojom pristrasnošću. Mi smo protiv REM-a podneli tužbu zbog nedonošenja odluke o dodeli nacionalne dozvole i po tome se još ne postupa.

Kako uspostaviti balans između uređivačke politike i „povlađivanja“ ukusu publike i očekivanju oglašivača?

To jeste izazov, ali mi smo shvatanja da dok svako u sistemu radi svoj deo posla profesionalno, uspeh neće izostati. Kada govorimo o uređivačkoj politici informativnih redakcija, tu su stvari vrlo jasne. Oduvek smo, kroz rad naših medija, bili posvećeni profesionalnom, objektivnom, nepristrasnom i nezavisnom novinarstvu, te u tom smislu uređivački kolegijumi samostalno i odlučuju o temama, načinu izveštavanja. Naš uređivački kolegijum koji se sastaje u Luksemburgu je sastavljen od vodećih stranih eksperata dokazanih u svome poslu. Kada govorimo o zabavnom programu, timovi profesionalaca su ti koji određuju sadržaj koji će se proizvoditi, kupiti i emitovati. To rade na osnovu velikog medijskog iskustva, vođeni podacima o istraživanju tržišta i željama gledalaca, ali i u skladu sa standardima United Media. Takav kvalitetan sadržaj je na raspolaganju prodajnim timovima da ga monetizuje najbolje.

Kod nas su urednički i prodajni timovi strogo razdvojeni, tako da prodajni tim ne može da utiče, bez obzira na očekivanja oglašivača. To jeste teži način, ali jedini moguć i dugoročno opravdan. U svakoj situaciji se trudimo da promovišemo profesionalni pristup i na to smo veoma ponosni.

U Srbiji se suočavamo sa još jednom situacijom, javna preduzeća ne smeju da plasiraju svoje marketinške budžete na medije koji nisu po volji vlasti. Ova praksa stavlja nezavisne medije u nepravedan položaj i predstavlja način pritiska na njih. U slučaju manjih medija, takvo ponašanje može stvoriti atmosferu autocenzure i eventualno dovesti do toga da novinari i urednici izbegavaju kritičko izveštavanje iz straha od gubitka finansijske podrške ili pritiska s političkih ili korporativnih strana.

Tržište TV reklama, iako je i dalje dominantan vid oglašavanja, posebno u Srbiji, suočava se sa brzim promenama u navikama ljudi i načinima konzumacije sadržaja. U kom pravcu će se razvijati taj vid oglašavanja u budućnosti?

Svakako očekujemo da će ovaj vid oglašavanja evoluirati u skladu sa potrebama modernih potrošača – bez obzira na to da li će veći naglasak biti na ciljanom oglašavanju, interaktivnim formatima oglasa, izvesno je da će se strategije prilagođavati specifičnim preferencijama i ponašanju gledalaca. Ono što znamo jeste da video-sadržaj ostaje konstanta, bez obzira na način na koji će ga korisnik konzumirati. Kuriozitet tržišta na kojima poslujemo predstavlja činjenica da je konzumacija linearnog sadržaja i dalje vrlo visoka, čak u blagom porastu. Tako je u Srbiji sa pet sati i 15 minuta dnevno, prosečna gledanost live i as live sadržaja porasla na pet sat i 42 minuta u 2024. godini, što je znatno više od svetskog proseka.

Sa druge strane, globalni streaming servisi su sve popularniji. Da li će postati dominantni na tržištu ili će se i sama televizija menjati i prilagođavati?

Streaming servisi jesu sve popularniji zbog svoje fleksibilnosti, personalizacije i širokog spektra sadržaja koji nude. Međutim, to ne znači nužno da će televizija izgubiti svoju važnost, umesto da se vidi kao suparnik, televizija se sve više integriše sa streaming servisima. Ono što je ključni element koji privlači i zadržava publiku bez obzira na način distribucije jeste kvalitetan sadržaj. Svedoci smo da u toku nekih važnih događaja, naše televizije beleže izuzetnu gledanost live prenosa, poverenje koje smo stekli ima ogroman značaj. Gledaoci će uvek tražiti sadržaj koji ih intrigira, informiše, inspiriše ili zabavlja. Upravo tu mi vidimo

našu prednost – United Media je posvećena proizvodnji visokokvalitetnog sadržaja u svim zemljama u kojima poslujemo i publika to prepoznaje i ceni.

United Media proizvodi svoje sadržaje, programe, serije... Čime se rukovodite u kreiranju sadržaja na lokalnim tržištima zemalja u kojima poslujete?

Nizom faktora. Na prvom mestu analiziramo tržište - preferencije i potrebe publike, trendove gledanosti, potencijal za monetizaciju... Trudimo se da razumemo sve specifičnosti i potrebe svake pojedinačne zemlje kako bismo osigurali da program koji proizvodimo ima vrednost za gledaoce i bude što uspešniji. Istovremeno, težimo da uvek unapređujemo ponudu donoseći inovativne i visokokvalitetne sadržaje na tržište pre konkurencije, što je strategija koja nam omogućava da budemo korak ispred.

Da li se ulaganje u proizvodnju serija i filmova isplati? Jedno vreme Telekom Srbija je diktirao hiperprodukciju, ali to je izgleda značajno smanjeno.

To svakako zavisi od televizije i vrste serija koje se proizvode. Nažalost, za lokalna tržišta, visokokvalitetna produkcija premijum serija je vrlo izazovan zadatak za monetizaciju, ali to je ono što čini razliku na tržištu. Mi smo se odlučili za kvalitet a ne kvantitet i jako smo ponosni na realizaciju vrednih projekata kao što su „Senke nad Balkanom“, „Vreme zla“ i „Vreme smrti“. Neki od ovih projekata su takođe uspešno plasirani na internacionalno tržište, poput serija „Čista ljubav“ i „Đavolje grlo“. Kada govorimo o nekim drugim tržištima, recimo u Hrvatskoj gde smo prisutni sa televizijom Nova koja je najgledanija komercijalna televizija u zemlji, proizvodnja serijskog programa se isplati, pogotovo ako serije ostvare visoku gledanost i stvore povezanost s gledaocima. Mislim da su serije „Na granici“, „Kud puklo da puklo“, „Kumovi“ primeri jako uspešnih projekata.

Kao uspešnoj poslovnoj ženi u medijskoj sferi, šta su bili glavni izazovi sa kojim ste se suočavali tokom svoje karijere i koje ste lekcije izvukli iz tih iskustava?

Jedan od glavnih izazova bio je konstantno prilagođavanje brzim promenama u medijskoj industriji, uključujući tehnološke inovacije, promene u potrošačkim navikama i dinamično konkurentsko okruženje. Dodatno smo se suočavali i sa izazovima koji su proizašli iz složenih političkih, ekonomskih i regulatornih faktora u zemljama u kojima poslujemo, izazovima koje nam je svima donela pandemija, te rat u Ukrajini... Iz tih iskustava sam izvukla važne lekcije.



Vlada samo privid bogate medijske scene i izbora, a zapravo smo svedoci da se ovde istina jedva čuje

Shvatila sam da je ključno biti fleksibilan i otvoren za promene, kontinuirano učiti i prilagođavati se novim okolnostima. Takođe sam naučila važnost izgradnje snažnih timova - svako u organizaciji mora da radi i odgovara za svoj deo posla, jedino tako stvari mogu profesionalno da se unapređuju. Najvažnije je da se ne odustaje, već da se svaki od ovih izazova iskoristi kao prilika za lični i profesionalni razvoj.

Da li ste u nekom periodu života imali problem da uspostavite balans između privatnog i poslovnog života?

Na sreću nisam, tu podelu nisam nikada jasno uspostavljala, svako ko me poznaje i imao je priliku da radi sa mnom, zna koliko uživam i volim posao koji obavljam. Posao me pokreće. Uz pravi tim, kome sam vrlo zahvalna u svakom segmentu, vrlo je lepo provoditi vreme i na kraju biti ispunjen i zadovoljan.

Žene koje se nalaze u javnom prostoru, posebno novinarkе, često su zbog svojih stavova izložene seksističkim i mizoginim uvredama. Kako se boriti protiv rodne diskriminacije i predrasuda u poslovnom okruženju i generalno, u društvu?

Generalno, rešenje leži u edukaciji – edukaciji društva, sa jedne strane, da prepozna i najoštije osudi seksističke i mizogine stavova, ali i edukaciji i osnaživanju žena, sa druge strane. Tako će one imati priliku da se slobodno izraze, imaju jednake mogućnosti za napredak i profesionalni razvoj. Ponosna sam što se na visokim menadžment pozicijama u United Media nalazi 60 odsto žena. Rekla bih da vlastitim primerom možemo pokazati da bilo kakvoj diskriminacije u našem okruženju, privatnom ili poslovnom, nema mesta.

PRAVI LIDER DAJE PRILIKU DRUGIMA DA RASTU

Ana Drašković, potpredsednica i generalna direktorka kompanije Visa za region jugoistočne Evrope

Tokom svoje karijere, mnogo puta sam bila u prilici da vidim potencijal u saradnicima koji ni oni sami ponekad nisu znali da imaju, i da im pomognem da „rašire krila“, razviju svoje veštine i postanu samostalniji lideri. Verujem da pravi lider daje priliku drugima da rastu i razvijaju se i ja iskreno uživam u tome. Moj lični motiv za napredak nalazim u učenju, interakciji sa različitim ljudima i postavljanju izazovnih ciljeva

Kako se razvijala vaša karijera, od početaka u preduzećima Radović i Tetra Pak, pa sve do EBRD-a u Londonu i sadašnje pozicije u kompaniji Visa?

Moje studije na Ekonomskom fakultetu u Beogradu počele su u doba najveće hiperinflacije i bile su inspirisane željom da postanem profesor i bavim se ekonomskom naukom, sa ciljem da se ta vremena više nikad ne ponove. Tada nisam ni sanjala da će me život odvesti u drugom pravcu, da ću raditi u Narodnoj banci Srbije i biti deo tima koji je sprovodio značajne reforme, ili da ću nastaviti školovanje u Londonu i dobiti priliku da radim u JP Morgan, u srcu City-ja. Ni tada u Londonu nisam znala da ću se vratiti u Srbiju i voditi Citibank u Beogradu, pa ponovo otići u London na poziciju zamenika generalnog sekretara, a potom direktora razvoja poslovanja u EBRD. Ono što sam uvek znala je da moram da budem hrabra, verujem u sebe, da vredno radim i prihvatam izazove koje život stavlja pred mene. I da uvek pomažem ljudima oko sebe kada god mogu. To me je uvek činilo iskreno srećnom.

Finansijski sektor jedan je od sektora sa najmanjom zastupljenošću žena na rukovodećim pozicijama na globalnom nivou. Šta vidite kao razlog za to?

Žene su tokom poslednjih 50 godina postigle izuzetan napredak u zastupljenosti u poslovnom svetu, čak i u oblastima koje su tradicionalno smatrane muškim, poput biznisa, prava i medicine. Ipak, u finansijskom sektoru i STEM disciplinama su i dalje nedovoljno prisutne na rukovodećim pozicijama. Puno je razloga za to, ali drago mi je da živimo u vremenu u kome se

menja ova paradigma i gde mnoge blistave žene menjaju tu sliku: od Kiran Mazumdar-Shaw koja je razvila Bioco, do Anne Wojcicki i Linde Avey koje su napravile revoluciju u DNK testiranju, pa sve do žena na čelu najvećih globalnih kompanija, kao što je Merry Bara CEO General Motorsa i Safre Catz CEO kompanije Oracle.

Na koji način kompanija Visa podstiče i podržava karijerni napredak i osnaživanje žena u samoj kompaniji?

U kompaniji Visa kroz programe mentorstva i razvoja liderstva, pružamo ženama resurse i podršku potrebnu za postizanje njihovih profesionalnih ciljeva. Promovišemo jednake prilike za napredak i rast, primenjujemo jednake zarade za iste pozicije, i težimo da izgradimo tim u kome se svaka žena oseća dobro i osnaženo. Kada žena zna da je kompanija podržava da ostvari svoj pun profesionalni razvoj uz poštovanje njene jedinstvenosti – tada ona zaista može i čini sve što zamisli. Verujem da cilj svih nas treba da bude - da svakoj sledećoj generaciji žena ostavimo više izbora, mogućnosti i slobode.

Kakvo je vaše mišljenje o važnosti postojanja različitosti i rodne ravnopravnosti u liderskim timovima u kompaniji?

Smatram da su žene prave heroine kada je reč o vođenju timova u neizvesnim i kriznim periodima. Sposobnost da se stavimo u tuđe „cipele“ je naša tajna moć i pomaže nam da razumemo i podržimo ljude oko sebe kada je teško. Kada svemu tome dodamo veštine jasne



Žene su prave heroine kada je reč o vođenju timova u neizvesnim i kriznim periodima. Sposobnost da se stavimo u tuđe „cipele“ je naša tajna moć i pomaže nam da razumemo i podržimo ljude oko sebe kada je teško

komunikacije, pravimo značajnu promenu u atmosferi kolektiva, a samim tim i u poslu. Jasna komunikacija i osećaj zajedništva su bili od presudne važnosti za održavanje produktivnosti i dobrobiti celog tima u vreme korone.

Kao uspešnoj poslovnoj ženi, šta su bili neki od najvećih izazova sa kojima ste se suočili tokom svoje karijere?

Verujem da cilj svih nas treba da bude - da svakoj sledećoj generaciji žena ostavimo više izbora, mogućnosti i slobode

Izazovi su sastavni deo posla, ali i života uopšte. Sa trenutne distance gledam na njih kao na vredne lekcije koje su mi ulile snagu i pokazale šta sve mogu na bilo kom životnom polju. U tom smislu, sada se izazovima jako radujem. Kada je reč o poslu, zasigurno mi je najveći izazov bilo usklađivanje poslovnih obaveza sa privatnim životom, budući da su mi mnoge poslovne odluke neminovno uticale na lične odnose i ono što pripada malom internom krugu mojih ljudi.

Koja je najvažnija lekcija iz liderstva koju ste naučili do sada, u čemu pronalazite motivaciju za napredak i rad na sebi?

Liderstvo u današnjem svetu zahteva kontinuirani fokus na izgradnji poverenja i osnaživanju saradnika. Tokom svoje karijere, mnogo puta sam bila u prilici da vidim potencijal u saradnicima koji ni oni sami ponekad nisu znali da imaju, i da im pomognem da „rašire krila“, razviju svoje veštine i postanu samostalniji lideri. Verujem da pravi lider daje priliku drugima da rastu i razvijaju se i ja iskreno uživam u tome. Moj lični motiv za napredak nalazim u učenju, interakciji sa različitim ljudima i postavljanju izazovnih ciljeva.

Kakav savet biste dali mladim ženama koje žele da napreduju u svojoj karijeri?

Poručila bih im da grade mrežu kontakata i prepoznaju ljude od kojih mogu da uče, koji će im olakšati pristup važnim informacijama, pojedincima i krugovima jer su to osobe koje navijaju za njihov uspeh. Karijere su retko kad linearne, ali iz svakog iskustva možemo mnogo da naučimo i kao sto je rekao Čerčil: „Uspeh nije finalan, neuspeh nije fatalan; ono što se broji je hrabrost da se nastavi dalje.“ Na kraju, svakoj mladoj poslovnoj ženi bih poručila da se izmesti iz svoje zone komfora. Posebna hrabrost je potrebna da napredujete čak i kada se bojite, ali idite tim putem. I verujte u sebe, to je temelj svakog uspeha.

NOVE VIZIJE: INSPIRATIVNE PRIČE ŽENA O USPEHU U SVETU PREDUZETNIŠTVA

Žene sve više pokazuju interesovanje za ulazak u preduzetničke vode. One danas čine više od 30 odsto ukupnog broja preduzetnika. Razgovarali smo sa devet vlasnica restorana, o tome kako su započele svoj biznis, njihovoj viziji i doprinosu zajednici

Prana Concept Food

Prana Concept Food je restoran u kojem posetioci tokom celog dana mogu da uživaju u doručku i branču. Vesna Nedeljković, vlasnica ovog restorana, nekada je bila programerka, direktorka, ali se karijere u kompaniji odrekla i posvetila ugostiteljstvu.

„Poželela sam da ponudim ljudima opciju da doba dana bude manje važno u odnosu na naš lični osećaj i želju za određenom vrstom hrane, tako je nastala Prana“, objašnjava Vesna.

Ljubitelji ovog restorana preko platforme Wolt najviše naručuju bolonjeze.

Pastino Belgrade Urban Food

Pastino Belgrade Urban Food, nastao pre devet godina, doneo je ukuse Italije u Beograd.

„Pastino je u moj život ušao kada sam imala 25 godina, sa idejom - šta god da se dešava u svetu, ljudi moraju da jedu“, istakla je Una Lukić koja je osnovala Pastino Belgrade Urban Food.

Iz ovog restorana na platformi Wolt je najnaručivija karbonara.

Restoran San Panino

Ivana Mitrović je u Italiji pronašla inspiraciju kada je reč o kvalitetnoj hrani, kao i street food kulturi. Tako je nastao restoran San Panino u kom možete da okusite prave italijanske sendviče.

„Izazovi su sastavni deo svakog posla, a definitivno je najvažnije da u svom timu negujete razumevanje kako biste se što bezbolnije i uspešnije suočavali sa njima“, smatra Ivana.

Nacionalni restoran Početak

Sandra Nestorović je istakla da je inspiracija za otvaranje restorana Početak sa nacionalnom, tradicionalnom

kuhinjom proizašla iz kuhinje njene bake, i majke. „Polazeći od činjenice da su i dalje više od 80 odsto glavnih kuvara u svetu muškarci i da se smatra da je muško kuvanje u profesionalnom pogledu oštro, inovativno i moderno, a ne kao kuvanje naših baka i majki, koje pripada kućnim poslovima, moj izbor je upravo izvorna inovacija koju pružam gostima kroz tradicionalnu narodnu kuhinju“, objasnila je Sandra Nestorović.

Poslastičarnica „Ispeci pa reci“

Senka Pajić je pored dugogodišnje uspešne karijere u marketingu i kopirajtingu odlučila da je vreme za promene, a to je bilo poslastičarstvo.

„Glavni povod za preduzetnički poduhvat bio je kada sam počela da pravim kolače iz hobija, shvatila sam da to radije moje najbliže. Izazovi se prevazilaze tako što se stalno uči i napreduje, ali se u isto vreme prihvata pomoć ljudi koji neke stvari rade bolje od vas“, smatra Senka, vlasnica poslastičarnice „Ispeci pa reci“.

Na digitalnoj platformi Wolt se, po broju porudžbina, ističe kuki sa crnom i belom čokoladom iz ove poslastičarnice.

Picerija La Familia

Dejana Jovanović je dugi niz godina živela u Rusiji, ali je želja za ličnim i profesionalnim rastom, uz ljubav prema kuvanju, podstakla da se vrati u Srbiju i posveti sopstvenom biznisu.

„Odlazak na jug Italije predstavljao je prekretnicu u mom životu. Iskustvo života tamo, način ishrane i posebno autentičnost napolitanske pice ostavili su snažan utisak na mene, zbog lakoće testa i bogatstva ukusa koji proističu iz visokokvalitetnih i svežih sastojaka“, istakla je Dejana, dodavši da je „soni“ zvezda njihove ponude La Familija pica.



Debeli medved

Sanja Milovanović je prva u Srbiji otvorila restoran koji pravi viršle u kukuruznom testu, tzv. corn dog.

„Ideja za otvaranje corn dog restorana nastala je pre mnogo godina kada smo, moja ćerka i ja, probale ovaj američko/korejski specijalitet i bile oduševljene nakon prvog zaloga“, istakla je Sanja, vlasnica restorana Debeli medved.

Kao najveći izazov preduzetnica izdvaja balansiranje između poslovnih i ličnih obaveza, ali i suočavanje sa predrasudama i stereotipima koji su prisutni u poslovnom svetu.

Gorilla Burger Bar

Nataša Rodić je inspiraciju da našem tržištu ponudi autentične burgere, dobila nakon putovanja u Ameriku.

„Verujem da nijednoj ženi nije lako da sama gradi karijeru. Ali poruka koju bih poslala svim ženama je da se ne plaše samostalnog upuštanja u preduzetničke vode, jer preduzetništvo ženama daje moć i samosvest“, istakla je Nataša.

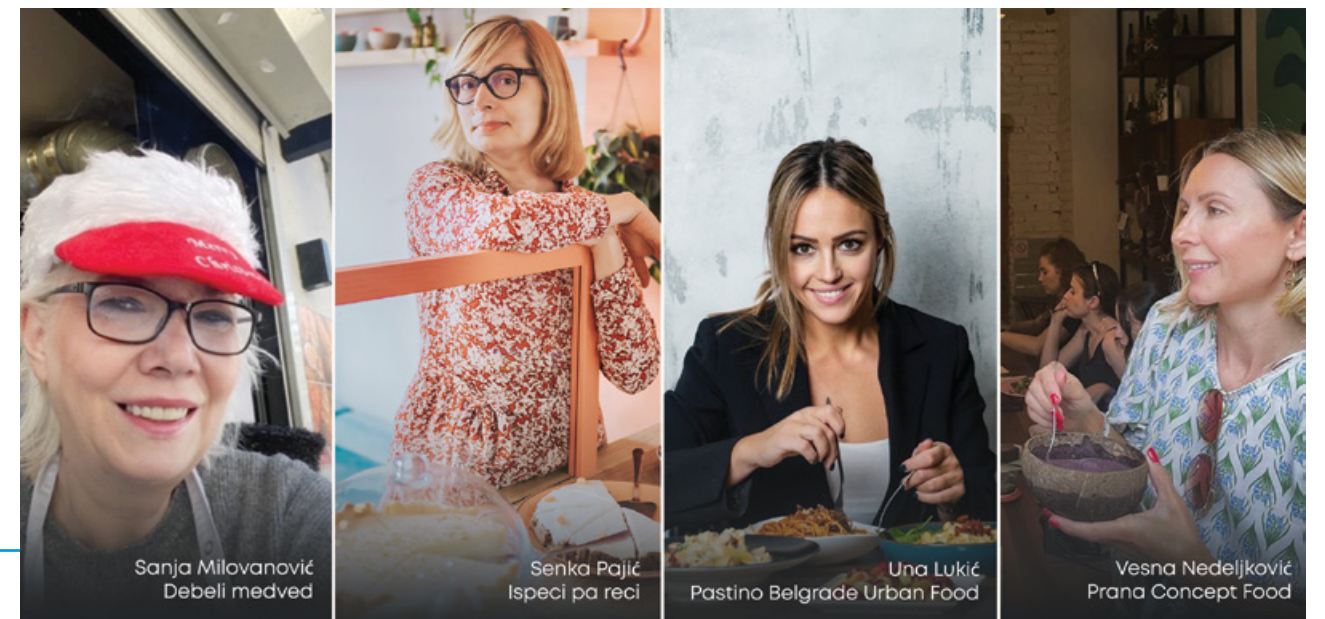
Burgeri, koje najčešće poručuje u svom restoranu Gorilla Burger Bar su klasičan „mamut“ burger, a kada je za kombinaciju slatkih ukusa onda „blue moon“.

Uganda Connect

Ana Stoilković je u Srbiji otvorila prvi afrički restoran Uganda Connect.

„Ceo koncept je proizašao iz želje da se promoviše Uganda kao zemlja i svi njeni proizvodi - kafa kao njihov najznačajniji izvozni proizvod, kakao, vanila, ruže, brašno od zelene banane matoke, čajevi, mnogo vrsta začina, ali i gotovih proizvoda kojima Uganda obiluje“, izjavila je Ana.

Hrabrost i inovativne ideje zajedničke su ovim preduzetnicama koje krče svoj put uspeha. One poručuju svim ženama koje razmišljaju o pokretanju biznisa da budu hrabre, a izlazak iz komfor zone, istrajnost i prilagođavanje izazovima dovešće do zadatog cilja. Svi navedeni restorani dostupni su na Wolt platformi za dostavu.



NAPREDAK ZAHVALJUJUĆI INOVACIJI: PREDUZETNICE ŠIRE DOMETE SVOG POSLOVANJA KROZ WOLT PROJEKAT „VELIKIMALI“

Hrana za astronaute, kao i mnogi domaći, autentični proizvodi dostupni u Wolt Marketu



Milica Vidaković, MilPharm

Danas inovacija postaje ključni faktor uspeha, a preduzetnice pronalaze nove načine za širenje svog poslovanja. Projekat „velikiMALI“ USAID-a i kompanije Wolt Market pružio im je izuzetnu priliku za osnaživanje i razvoj biznisa, omogućavajući im digitalnu platformu za prodaju, marketing i veću vidljivost u onlajn i svetu van njihovog mesta rada. Ova inicijativa ne samo da podržava ekonomski rast i razvoj malih lokalnih preduzeća, već i inspiriše buduće generacije žena da hrabro kroče putem preduzetništva, pomerajući granice i postizujući uspeh u digitalnoj eri. Među 100 artikala ulistanih na onlajn prodavnicama Wolt Marketa su proizvodi firmi MilPharm, Nana Prom i Žuti list, a sa njihovim vlasnicama razgovarali smo o tome koliko su im inovativni proizvodi pomogli u razvoju biznisa, a projekat „velikiMALI“ da prošire tržište na celu Srbiju.

Liofilizovano voće, hranu astronauta, mogu kupiti i potrošači u Srbiji

Milica Vidaković, 28-godišnja preduzetnica sa diplomom iz elektrotehnike, ostvarila je svoj san otvaranjem proizvodnje dijetetskih suplemenata i kozmetičkih proizvoda, kao i liofilizovanog voća, pod nazivom MilPharm. Milica je imala želju da proizvodi nešto što i sama koristi, i što će ljudima poboljšati kvalitet života. Nakon što je uspela da lansira tri proizvoda iz oblasti liofilizovanog voća - malinu, jagodu i miks, kao i dva suplementa - vitamin D i riblji kolagen, Milica planira da do kraja godine proširi asortiman na deset proizvoda.

Među proizvodima na Wolt Marketu posebno se ističe liofilizovano voće, koje je osušeno zamrzavanjem, a zadržava većinu hranljivih materija koje su prisutne u svežem voću.

„Liofilizovano voće dobija se procesom liofilizacije, gde se u komorama iz zamrznutog voća pomoću vakuumskih pumpi izvlači vlaga i na taj način dobijamo deset grama proizvoda, koji je iste nutritivne vrednosti, mirisa, ukusa i boje kao i 100 grama svežeg proizvoda, ali sa četiri odsto vlage. Zanimljivo je da je proces liofilizacije izmišljen 1969. godine prilikom pripreme Apollo 2 misije na Mesec, gde su naučnici tražili kako da smanje težinu hrane koja se nosi u svemir i do danas liofilizovana hrana je zvanični način snabdevanja astronauta“, objašnjava Milica.

Konzervisano voće i povrće sa krajnjeg juga Srbije

Slađana Tasić, preduzetnica iz Vranja, osnovala je brend Žuti list, u želji da proizvodi vrhunskog kvaliteta pronadu put do krajnjih kupaca širom zemlje i regiona. Slađana objašnjava da se njihovi proizvodi prave na tradicionalan način, pažljivim odabirom



Slađana Tasić, Žuti list

najkvalitetnijih sastojaka i autohtonih sorti povrća i voća, koje su nezamenljiva osnova u stvaranju prepoznatljivog ukusa.

„Za artikle u kategoriji domaćeg ajvara i Mezetluk linije koristimo autohtonu sortu paprike, tzv. kurtovsku kapiju, koja sadrži visok nivo prirodnog šećera u paprici i karakterističnu karamel notu ukusa, a džemovi se prave od zenga jagode ubrane na više od 1.000 metara nadmorske visine, i divljeg šipurka sa obronaka Vlasine“, navela je Slađana.

Korisnici usluga Wolt Marketa, mogu da za samo pola sata dobiju ove domaće proizvode vrhunskog kvaliteta, a to su blagi i ljuti domaći ajvar, „mezetluk“ - pečena paprika u maslinovom ulju sa aromatičnim začinima, „mediteran“ - sušeni paradajz i paprika u maslinovom ulju, džemovi, kao i Dolce natura namazi bez dodatog šećera i pektina, od kruške i jagode.

Integralni keks bez šećera, za sve koji vole zdrav životni stil

Nana Prom je porodična firma, osnovana 1987. godine u Užicu, koja se sada bavi proizvodnjom integralnih keksića. Ivana Sretenović je preuzela porodični biznis, preusmeravajući posao sa proizvodnje domaćih keksa, kolača, ratluka i kafe, pretežno na proizvodnju zdravog keksa i trgovinu zdrave hrane.

„Brend koji najviše razvijamo je Stevian, a tu spadaju: dark, malina, višnja, cimet i čokolada. Stevian keks je prvi na našem tržištu koji je zaslađen stevijom. To je

posni i ručno rađeni keks bogat vlaknima, bez šećera i trans masti“, istakla je Ivana. Za pripremu ovih poslastica koriste pravo voće, višnju i malinu iz užičkog kraja, dosta semena, kao i kombinacije više vrsta kvalitetnog kakaoa.

Širenje tržišta na celu Srbiju, uz samo nekoliko klikova

Široku rasprostranjenost, dostupnost i dostavu u roku od 30 minuta omogućava Wolt aplikacija, na kojoj se nalazi onlajn prodavnica Wolt Market, a na kom je istaknuta celokupna kategorija svih proizvoda ovih autentičnih, malih, proizvođača pod nazivom „velikiMALI“.

„Ovo je ozbiljan projekat AcdiVoca, USAID-a i Wolt Marketa, koji je dao priliku svima nama koji spadamo u male proizvođače, da pozicioniramo svoju tržišnu nišu u delu onlajn kupovine, što je zaista sjajno“, smatra Milica iz MilPharm-a.

Wolt Market je doneo ozbiljne novine, olakšao kupovinu i dao priliku da se inovativni proizvodi nađu na tržištu. Slađana, vlasnica brenda Žuti list, istakla je da su učešćem u projektu stekli bolju vidljivost za veoma kratko vreme i dobili veliki broj novih potrošača. Prisustvo u onlajn prodavnicama Wolt Marketa omogućio je ovim brendovima da opstanu na trenutno veoma konkurentnom tržištu, što predstavlja veliki izazov malim proizvođačima.



Ivana Sretenović, Nana Prom

NE RAZMIŠLJAM O JAKIM VETROVIMA KOJI DUVAJU U SUPROTNOM SMERU

Brankica Janković,

poverenica za zaštitu ravnopravnosti

Ne možete da se oslanjate mnogo na strukture moći ako hoćete da menjate stvari nabolje i unapređujete kvalitet života svih građana. Stalno ih morate podsećati da su oni tu zbog građana, a ne građani zbog njih

„Radim po savesti, sa svojim timom ulažem ogroman trud, ne razmišljajući o jakim vetrovima koji duvaju u suprotnom smeru“, kaže Brankica Janković, poverenica za zaštitu ravnopravnosti, koja tu funkciju obavlja od maja 2015. godine. Predaje i na master studijama na temu Multikulturalni socijalni rad - antidiskriminacione politike i prakse, na Fakultetu političkih nauka u Beogradu, kao i na Visokim studijama bezbednosti Škole nacionalne odbrane Vojske Republike Srbije. Mentorica je i na Regionalnom programu Podelite svoje znanje koji organizuje Evropski pokret u Srbiji, uz podršku Misije OEBS-a.

Šta je jače u našem društvu, želja za emancipacijom žena ili tradicionalne patrijarhalne stege koje guraju žene na marginu?

Ključni uslov emancipacije je osvešćenost. Treba biti svestan postojećih struktura moći i dominacije. Ali ko bi se odrekao tek tako pozicije u kojoj prirodno date autoritete ne treba osporavati, ako hoćeš da živiš i preživiš – figurativno, naravno. Institucije i mediji kroz prakse (ne zakone) održavaju postojeći sistem kako se ne bi zamerali jedni drugima, a politika nezameranja vodi u stagnaciju i podupiranje „večnih istina“. Neverovatno je da je misao Simon de Boivar – da je jedna politička ili bilo kakva kriza dovoljna da se prava žena dovedu u pitanje – aktuelnija nego ikad. Ovo je svetski trend, kao i povratak strogim rodnim podelama u društvu, koji nije zaobišao ni Srbiju, jer u nerazumevanju značenja ljudskih prava kao civilizacijskog dostignuća mnogi predlažu vraćanje tradiciji „starim proverenim vrednostima“ – gde se ženi zna mesto.

Ako bih morala dati ocenu stanja – trenutno su te snage i stege iste jačine. Ipak, društvo je uvek išlo napred, brže ili sporije. Da bismo sada ubrzali, potrebna nam je emancipacija svih članova društva. Potrebno je priznati koliko su patrijarhalne stege teret za svakog od nas i da valja ovaj život živeti na zdravim temeljima zajednice, koje nam omogućavaju duhovni i svaki drugi razvoj u kome se poštujemo i volimo. Emocije su važne. I, na kraju, treba biti oprezan i delovati stalno i odgovorno, jer mnogo puta smo se uverili da jednom ostvarene slobode i prava nisu garancija. Jake institucije, mediji i emancipovani i informisani građani koji deluju u sinergiji su najbolji put za razvoj pravednog i stabilnog društva ravnopravnih građana. To je društvo koje ne posrće pod naletom ekstremnog konzervativizma, dovodeći u pitanje sopstvene vrednosti i sposobnosti.

Koliko su izražene razlike po pitanju ženskih prava i rodne ravnopravnosti u različitim delovima Srbije i gde je najteže razbiti patrijarhalni kulturni obrazac?

U Beogradu – gde su strukture moći i „prirodni“ muški autoriteti najjači. Znam da logika vuče na drugi tas i da mnogi misle da su u manjim i nerazvijenim mestima razlike po pitanju ženskih prava i rodne ravnopravnosti izraženije nego u urbanim sredinama. Ali varamo se ako mislimo da je tako, iako gradovi dozvoljavaju mnogo više različitost, pa i anonimnost, što može biti odlučujuće za mlade žene da odaberu put kojim žele da idu, bez straha od osude okoline. Obilazeći Srbiju, imam priliku da upoznam izuzetne žene koje su pomerile granice i to u sredinama u kojima se to



ne bi očekivalo. Ubedile su i supružnike i cele porodice da se uključe u njihove male biznise, i pokrenule su život u selima. S druge strane, rastužim se (ne zameram niti osuđujem, jer patrijarhat je silan i drugo traje) kada u velikom gradu čujem profesionalno ostvarenu ženu koja smatra da je u redu da ona brine o svemu – i o deci i o kući, jer je to njena tradicionalna uloga. Ili da kaže „ova ravnopravnost nam nije ni trebala, jer sada nemam vremena za sebe“. Nije ravnopravnost „tražile ste, gledajte, živite i radite dva posla“. I žena može biti i majka i ministarka, kao što i muškarac može biti otac i ministar. Naravno, ako ima pomoć i podršku. Izbor između rada i porodice ne postoji – to su veštački, rekla bih čak i tendenciozno suprotstavljene kategorije – one su kompatibilne, jedna drugu dupunjuju i čine suštinskijima svaku ponaosob.

Žene često rade na poslovima koji su slabije plaćeni, suočavaju se sa nedostatkom osnovnih radnih prava. Kako se boriti protiv diskriminacije žena u oblasti rada i zapošljavanja?

Prijavljivanjem diskriminacije, osudom u javnosti, praksama i politikama koje se vode i inkluzivnim liderstvom u kompanijama. Mora se sopstvenim primerom pokazivati šta je vrednost koja se neguje u poslovnoj kulturi i društvu uopšte. Društveno odgovorno poslovanje zasnovano na poštovanju različitosti i jednakosti je osnova. Boriti se mora, promišljeno, organizovano, posvećeno i dosledno. Ovo je proces koji zahteva promene odnosa i ponašanja, oslobađanja od predrasuda kojima svi robujemo manje ili više. Institucija koju vodim uradila je dosta po tom pitanju, između ostalog, dobili smo nekoliko strateških parnica zbog diskriminacije u oblasti rada i zapošljavanja, a naš Kodeks ravnopravnosti je postao sastavni deo rada mnogih kompanija u Srbiji. Ohrabruje me što vidim i sve više žena koje uzimaju stvari u svoje ruke i stvaraju sebi prilike.

Da li smatrate da je žensko preduzetništvo dobro rešenje za sticanje ekonomske nezavisnosti žena u ruralnoj sredini?

Da – to je jedno od veoma dobrih rešenja zbog čega sam i posebno bila posvećena realizaciji projekta „Unapređenje položaja žena i devojčica u ruralnim oblastima“, u saradnji sa UN Women Srbija i uz podršku Ambasade Norveške. Znače nam rezultati tog projekta, kroz koji je pružena konkretna i posredna podrška za 338 žena da pokrenu ili unaprede poslovanje u oblasti poljoprivredne proizvodnje. Smatram da postoji veliki potencijal da ovaj i slični programi ostvare trajne rezultate, jer je sve veća potražnja za zdravom hranom, ručno radenim proizvodima, seoskim turizmom...

Obrazovni sistem bi mogao da ima veliku ulogu u osnaživanju devojčica. Koliko je naš obrazovni sistem posvećen toj temi?

Nedovoljno – mislim da je mnogo forme, tek da bi se ispunilo ono što je zadato kao školski kurikulum. Mogli bismo napraviti iskorak i dobro analizirati sadržaj školskog programa, iako je to već činjeno u nekoliko navrata, i dati više prostora sadržajima koji vode ka suštinskom razumevanju slobode, kritičkog mišljenja, ljudskih prava i ravnopravnosti, tolerancije i drugih vrednosti. Ima prostora i za više obrazovanja o zdravlju, uključujući i seksualno i reproduktivno. Mnogo toga se može inkorporirati u redovne planove i programe. Bitni su volja i znanje i suštinski pristup stvarima u kojima i deca i nastavnici osećaju da se njihovo mišljenje uvažava i da učestvuju u društvenim tokovima. U ovom trenutku, mislim da forma ima primat nad sadržinom i čini se da to prožima sve segmente društva – mnogo toga se samo prikazuje, a nije ni deo vere ni sistema vrednosti, niti suštine življenja.

Šta prepoznajete kao najveću barijeru za napredak žena ka rukovodećim i pozicijama donosilaca odluka u našem društvu?

Prakse i politike i suptilne mehanizme patrijarhata koji su opasni. Narrative da devojčica uči da bude dobra žena, ma šta to značilo, a dečak da raste sa saznanjem da se „pravi“ muškarac ne boji i ne plače naravno. „Kako uspevate da uskladite porodični život i obaveze koje nosi funkcija?“, pitanje je koje se i dalje postavlja samo ženi na poziciji odlučivanja, koja inače mora mnogo više da dokazuje svoje znanje, stručnost i sposobnost. Imala sam priliku da učestvujem na raznim seminarima i obukama za žene liderke, odakle se slala poruka da žena može biti uspešna samo ako savlada određena nepisana „muška“ pravila. Primećujem, takođe, izostanak učešća žena u društvenim dijalozima, naročito kada se radi o tzv. velikim pitanjima, jer geopolitika i finansije kao da su rezervisane samo za muškarce. Ali poslovice u srpskom jeziku kaže „nužda zakon menja“, pa očekujem da će uskoro potreba za

ekspertima brisati podele – tražiće se sposobni i stručni, bilo da su to muškarci ili žene.

Da li je, po vašem mišljenju, propisivanje kvota dovoljna alatka za afirmaciju žena, njihovog ravnopravnog položaja i učešća u odlučivanju, kako u političkom životu, tako i u kompanijama?

Nije, ali bez sistema kvota bili bismo još dalje od dostignutog. Do sada nisam videla bolje rešenje od kvota, svesna, naravno, da kvantitativno učešće žena u krajnjem ne odražava realnu političku moć i da često deluje da im je prisustvo odobreno od strane stvarno moćnih. Uz njih moraju da se paralelno vode politike koje ne marginalizuju potrebe i probleme žena. Mizogine i diskriminatorne prakse se ne smeju tolerisati, a „heroji“ i „heroine“ treba da budu oni koji se ne plaše da pokazuju empatiju, socijalnu inteligenciju, solidarnost... Suština je u promeni odnosa i shvatanja da učešće žena u političkom i privrednom životu, kao i u odlučivanju, ne predstavlja opasnost po muškarce, a svakako ne znači slepo sprovođenje apstraktnih direktiva velikih centara moći.

Žene u Srbiji često su izložene brutalnim seksističkim i mizoginim uvredama, što je posebno uzelo maha na internetu i na društvenim mrežama. Kako se boriti protiv toga, na ličnom ali i na društvenom nivou?

Zaštićeni iza lažnih profila ili anonimni, mnogi daju sebi za pravo da izbace ono najgore iz sebe u digitalni prostor. Zabrinjava lakoća sa kojom se to čini, bez obzira na posledice, koje mogu biti i te kako ozbiljne. Da ne pričam o suptilnim seksizmima koji prožimaju dominantnu jezičku matricu i kod nas i u mnogim drugim društvima. Pre nekoliko godina smo uputili preporuku mera internet portalima da uklanjaju objave i komentare kojima se neko omalovažava, vređa ili diskriminiše. U praksi je to teško ostvariti, zbog ograničenosti ljudskih resursa i automatske moderacije, a naročito je teška situacija na društvenim mrežama. Poseban problem je osvetnička pornografija, zajedno sa drugim oblicima nedozvoljene upotrebe tuđih snimaka, gde su žene opet najčešće žrtve, pa smo zajedno sa UNFPA pokrenuli kampanju „Bodirajt – Tvoje telo je tvoje, i na netu i u stvarnom svetu“, a uputili smo inicijativu za izmenu Krivičnog zakonika propisivanjem posebnog dela zloupotrebe i objavljivanja snimaka polno eksplicitnog sadržaja. Dok se svest o štetnosti i nedopuštenosti ovakvih pojava ne promeni u svakome od nas, ostaćemo u tom začaranom krugu poniženja i uvreda, koje hrane jedna drugu.

Prepoznati ste kao neko ko se ne ustručava da ukazuje na različite oblike diskriminacije i nepravde, posebno na govor mržnje u javnom



U ovom trenutku, mislim da forma ima primat nad sadržinom i čini se da to prožima sve segmente društva – mnogo toga se samo prikazuje, a nije ni deo vere ni sistema vrednosti, niti suštine življenja

prostoru. Da li ste nekada imali problema zbog svojih stavova?

Naravno da je bilo. Steklo se godinama dosta „protivnika“. No, svakako ih valja poštovati, ali i čuvati dostojanstvo. Ne dobijam često aplauze, ali ih ni ne očekujem, jer kada govorite ono što se razlikuje od većinskog mišljenja i što ljudi ne žele da čuju, imaćete i mnogo neistomišljenika, pa i neprijatelja, samim tim što se suprotstavljate većinskom stanovištu, koje tom veličinom i ne dokazuje da je ispravno. Ljudi uglavnom lično doživljavaju i na ličnu ravan svode kada neko radi svoj posao, a oni nisu saglasni sa načinom ili razlozima za njegovo obavljanje. Istine radi, steklo se i puno prijatelja i saveznika, koji poštuju i žive iste vrednosti.

Bilo bi neozbiljno i neodgovorno, rekla bih i nečasno, raditi i govoriti ono što ljudi žele da čuju samo zato što je tako lakše, makar bilo i sasvim pogrešno, pa i štetno za sve. Radim po savesti, sa svojim timom ulažem ogroman trud, ne razmišljajući o jakim vetrovima koji duvaju u suprotnom smeru. Da, pamtim situacije kada sam ostajala usamljena u borbi protiv diskriminacije i odbrani osnovnih ljudskih prava, kao i one kada sam nailazila na osude, čak i napade, ali istim ne pridajem značaj. To je stvar odluke, baš kao i da ostanem osetljiva na sve ono što se dešava oko nas, da slušam i uvažavam drugačije mišljenje.

Kako ste na početku svoje karijere doživljavali postojeće strukture moći u društvu i dominantne rodne predrasude, a kakav odnos danas imate?

Drugačije sam zamišljala ljude u strukturama moći, s tim da kao i na početku karijere mislim da bi to trebalo da podrazumeva postojanje sposobnosti odlučivanja, kao i preuzimanja odgovornosti za donete odluke. Uvidela sam da nije baš tako i da ne možete da se oslanjate mnogo na strukture moći ako hoćete da menjate stvari nabolje i unapređujete kvalitet života svih građana. Stalno ih morate podsećati da su oni tu zbog građana, a ne građani zbog njih i da je popravljavanje lošeg ili poboljšanje nedovoljno dobrog uslov opšteg napretka. Takođe, moć sada vidim, pre svega, kao sposobnost da budete u stanju da vladate i savladate sebe i budete ono što jeste. To je, čini se, najteže.

NEMA ISTINSKE JEDNAKOSTI BEZ SLOBODE OD NASILJA

Plamena Halačeva,

zamenica šefa Delegacije EU u Srbiji

Naučila sam da volim Balkan bez potrebe da se ponosim njime ili ga se stidim. To je region poznat po tome što odgaja jake žene koje su izdržale brojne izazove, nasilje, ratove, sistemsku diskriminaciju, žene koje se i dalje žestoko bore za slobodu, nezavisnost i ravnopravnost.

Pa ipak se i dalje guraju na marginu

Prativši standardni obrazac početka karijere u institucijama EU sa plaćenim stažiranjem (u okviru programa Plava knjiga), tokom svog prvog diplomatskog imenovanja u inostranstvu, u Skoplju, prošla je konkurs za stalnog funkcionera Evropske unije. „Znala sam da uspeh zavisi samo od mene. Kroz različite faze konkursa, sve do završnog razgovora, bila sam samo broj bez imena, roda, lica“, priča Plamena Halačeva. Nakon Skoplja, službovala je u Briselu, ali i u Tirani, Podgorici i sada u Beogradu, tako da je Zapadni Balkan glavna nit koja prožima njenu karijeru poslednjih 15 godina. Pa ipak je, kako kaže, i dalje pitaju podignutih obrva i u neverici: Vi ste zamenik šefa Delegacije? „Iako mi je čast da se predstavim u vašem izdanju o uspešnim ženama, svesna sam da ovo nije samo rezultat mog napornog rada, već proizlazi i iz mogućnosti da radim za organizaciju koja ravnopravno tretira žene i muškarce. Mnoge žene i dalje nemaju pristup istim mogućnostima kao muškarci, bez obzira na njihove sposobnosti i količinu napora koje svakodnevno ulažu“, kaže Halačeva.

Šta je trenutno fokus Evropske unije u pogledu daljeg unapređenja rodne ravnopravnosti i prava žena?

Rodna ravnopravnost je jedna od temeljnih vrednosti Evropske unije i deo našeg DNK, da tako kažem. Datira iz 1957. godine, kada je princip jednake zarade za rad jednake vrednosti postao deo Rimskog ugovora. To nije samo jedna od naših osnovnih vrednosti, već ono što vidimo kao imperativ za privredni rast, prosperitet, dobro upravljanje, mir i bezbednost. Misija EU je da se zalaže za rodnu ravnopravnost i osnaži žene u svim svojim politikama. Cilj nam je da služimo kao primer

razbijajući stereotipe, promovisući život bez nasilja i ekonomsko osnaživanje i unapređujući pionirski zakonodavni rad. Takođe smo primer za uspostavljanje rodno odgovornog i rodno uravnoteženog rukovodstva na najvišim političkim i upravljačkim nivoima. Prisustvo žena na rukovodećim pozicijama vidimo kao ključ za unapređenje rodne ravnopravnosti. Prva predsednica u istoriji Evropske komisije predsedava rodno najbalansiranim sastavu Evropske komisije (13 žena i 14 muškaraca) i ona je kreirala portfelj Komisije posvećen unapređenju rodne ravnopravnosti i jednakih zarada u EU. Stoga nije slučajno što je ovo jedna od najambicioznijih i najuspešnijih evropskih komisija u pogledu usvajanja važnih zakona o rodnoj ravnopravnosti. Među našim najnovijim uspesima su istorijsko pristupanje EU Istanbulskoj konvenciji, usvajanje Direktive o ženama u upravnim odborima i prvih pravila EU o borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Među budućim prioritetima je obezbeđivanje efikasne transpozicije i primene svih nedavno usvojenih zakona EU. Govorim, naravno, o našim državama članicama, ali i zemljama kandidatima za članstvo, poput Srbije, koje će morati da transponuju novo zakonodavstvo EU pre pristupanja.

Koliko još dugo će, po vašem mišljenju, biti potrebne kvote kako bi se osigurala rodna ravnopravnost u kompanijama i institucijama, s obzirom na činjenicu da smo u 21. veku?

Cilj naše nove Direktive o ženama u upravnim odborima je da poboljša rodnu ravnotežu na pozicijama korporativnog donošenja odluka u najvećim kompanijama koje se kotiraju na berzi u EU. U srcu



nove direktive leži transparentan proces selekcije članova odbora na osnovu jasnih kriterijuma i poređenja kvalifikacija kandidata. Velike kompanije iz EU koje se kotiraju na berzi koje do juna 2026. godine ne ispune cilj od 40 odsto među neizvršnim članovima odbora ili 33 odsto među svim direktorima nedovoljno zastupljenog pola, moraju osigurati poštene i transparentne procedure za izbor kandidata za pozicije u odborima. Takve kompanije će morati da sprovedu imenovanja na osnovu uporedne analize kvalifikacija kandidata primenom jasnih, rodno neutralnih i nedvosmislenih kriterijuma i da obezbede da se kandidati procenjuju objektivno, na osnovu njihovih pojedinačnih zasluga, bez obzira na pol. Države članice predviđaju kazne za kompanije koje to ne učine. Direktiva treba da bude privremena i ističe 2038. godine, tako da se zaista nadam da nam do tada kvote više neće biti potrebne. Za sada se, međutim, čine neophodnim, kako u poslovnom svetu, tako i u politici. Uprkos postignutom napretku, žene su i dalje nedovoljno zastupljene u politici. Odlazeći Evropski parlament broji 40 odsto članica, što ga čini jednim od

rodno najuravnoteženijih predstavničkih skupština na svetu, ali i dalje postoje problemi kada je u pitanju ravnoteža polova u odborima. Trenutno, na nivou država članica, samo jedna trećina nacionalnih poslanika su žene, a samo 34 odsto su ministri, pri čemu se žene suočavaju sa svim vrstama prepreka da uđu i ostanu u politici, od uznemiravanja na internetu do psihičkog i fizičkog nasilja. Zabrinjavajuće je da su na lokalnom i regionalnom nivou žene i dalje nedovoljno zastupljene u svim državama članicama EU. U Srbiji takođe, situacija nije drugačija.

Platna diskriminacija prisutna je svuda u svetu. Kako EU pristupa ovom problemu?

Osnovni princip da jednak rad zaslužuje jednaku platu sadržan je u osnivačkom Ugovoru iz Rima, koji datira iz 1957. godine, kao i u našoj Direktivi o jednakim platama iz 2006. godine. Međutim, primena ovog principa je dugo predstavljala izazov, delimično zato što platna diskriminacija često ostaje neotkrivena zbog nedostatka transparentnosti plata, što znači da su

žrtve sprečene da podnesu tužbe. Unija je pre godinu dana usvojila Direktivu EU o transparentnosti plata, koja je usmerena na borbu protiv platne diskriminacije i pomoć u zatvaranju rodnog jaza u platama. Prema novim pravilima, kompanije iz EU će morati da dele informacije o platama i da preduzmu mere ako njihov rodni jaz u platama pređe pet odsto. Direktiva takođe uključuje odredbe o naknadi za žrtve diskriminacije u pogledu plate, kao i propisane kazne, uključujući novčane kazne za poslodavce koji krše pravila. Nedostatak transparentnosti plata identifikovan je kao jedna od ključnih prepreka za zatvaranje rodnog jaza u platama, koji u proseku u EU iznosi nešto manje od 13 odsto. To znači da žene u proseku zarađuju 13 odsto manje po satu od muškaraca. Razlika u platama dugoročno utiče na kvalitet života žena, na njihov rizik od izloženosti siromaštvu i na trajni jaz u platama i penzijama.

Značajna disproporcija u vremenu koje žene provode na nevidljivom, odnosno neplaćenom radu kod kuće, u odnosu na muškarce, prisutna je u većini evropskih zemalja. Neka istraživanja pokazuju da to značajno utiče na njihov profesionalni napredak. Kako to promeniti?

Žene zaista provode više sati obavljajući neplaćeni rad, što je činjenica koja često utiče i na njihov izbor karijere i sam profesionalni put. Stepenn opterećenosti žena neplaćenim poslovima van radnog mesta naročito je postao očigledan tokom pandemije kovida, osvestivši nas da je to zapravo jedan od osnovnih uzroka rodne nejednakosti u društvu u celini, a posebno na tržištu rada. Da bi se uhvatila ukoštac s tim pitanjem, EU promovise, između ostalog, jednaku podelu roditeljskog odsustva; javno pružanje kvalitetnih, pristupačnih i dostupnih usluga brige o deci i drugih usluga; i adekvatne politike kompanija o fleksibilnom radnom vremenu. Cilj naše Strategije za rodnu ravnopravnost 2020-2025. je da podrži države članice u njihovim naporima da postignu jednaku podelu odgovornosti u poslovima nege između žena i muškaraca, uključujući poboljšanu dostupnost i pristupačnost kvalitetnih usluga nege. Važna prekretnica je bila i stupanje na snagu Direktive o ravnoteži između poslovnog i privatnog života, koja definiše pravno obavezujuće minimalne standarde za porodično odsustvo i fleksibilne radne aranžmane. Komisija je 2022. godine takođe predstavila novu Evropsku strategiju o nezi koja ponovo procenjuje kako gledamo i vrednujemo rad koji se tiče nege, a koji je obično nepriznat, potcenjen i kojim žene u velikoj meri dominiraju. Žene čine 76 odsto od 49 miliona radnika u nezi u EU, dok 7,7 miliona žena širom EU ostaje van tržišta rada zbog zaduženja vezanih za negu (u poređenju sa samo 450.000 muškaraca). Rešavanje ove neravnoteže

u poslovima nege je od suštinskog značaja ne samo za smanjenje rodne nejednakosti, već i kao priprema za demografske promene širom Evrope. Konačno, i ovo pitanje počinje sa primerom kod kuće. Dok sam odrasla, bila sam svedok veoma uravnotežene podelu kućnih poslova između tate i mame, a to je slučaj i u mom domaćinstvu. Bez toga bi mi bilo veoma teško da nastavim svoju karijeru, posebno u delegacijama gde je radno vreme retko od 9 do 5.

Pitanje prava žene na abortus je kontroverzna tema u nekim državama članicama EU. Može li se ovo pitanje rešiti na nivou Unije?

Teško mi je da zamislim kako se takva tema može smatrati kontroverznom u 21. veku, ali nažalost, to nam pokazuje da teško postignut napredak u rodnoj ravnopravnosti nije nepovratan. Svedoci smo globalnog nazadovanja u pravima žena, uključujući seksualno i reproduktivno zdravlje i prava. I to se ne dešava samo širom sveta, već i u EU. Seksualno i reproduktivno zdravlje potpada pod nacionalna ovlašćenja, što znači da nije regulisano na nivou EU. Pa ipak, uprkos svim pokušajima da se ograniče ili uklone postojeće zaštite seksualnog i reproduktivnog zdravlja, Evropski parlament je prošlog meseca usvojio rezoluciju kojom se traži da se pravo na abortus ugradi u Povelju EU o osnovnim pravima. U tekstu se države članice pozivaju da u potpunosti dekriminalizuju abortus u skladu sa smernicama Svetske zdravstvene organizacije iz 2022. godine i da uklone prepreke za abortus i da se bore protiv njih. Mesec dana ranije, Francuska je postala prva zemlja koja je u svoj Ustav unela pravo na abortus.

Radili ste u mnogim balkanskim zemljama, a i poreklom ste iz jedne od njih. Kako vidite prava žena u ovim sredinama?

Kao što je jedna moja zemljakinja napisala u svojoj knjizi „Zamišljajući Balkan“, koju obavezno treba pročitati, naučila sam da volim Balkan bez potrebe da se ponosim njime ili ga se stidim. To je region poznat po tome što odgaja jake žene koje su izdržale brojne izazove, nasilje, ratove, sistemsku diskriminaciju, žene koje se i dalje žestoko bore za slobodu, nezavisnost i ravnopravnost. Pa ipak se i dalje guraju na marginu. Region beleži jednu od najnižih stopa učešća žena u radnoj snazi u Evropi. Na Zapadnom Balkanu, stopa zaposlenosti u proseku iznosi samo 45 odsto za žene, u poređenju sa 65 odsto za muškarce, uprkos činjenici da više žena nego muškaraca završava fakultete. Pored toga, žene često rade u tradicionalno nisko plaćenim socijalnim, zdravstvenim i obrazovnim sektorima i nose lavovski deo nevidljivog, neplaćenog rada kod kuće. Žene su i dalje nedovoljno zastupljene na pozicijama odlučivanja na



Prisustvo žena na rukovodećim pozicijama vidimo kao ključ za unapređenje rodne ravnopravnosti

Balkanu, što je jedan od faktora koji doprinosi kašnjenju u primeni zakona koji osnažuju i štite žene, posebno od nasilja. Nema istinske jednakosti bez slobode od nasilja, to je osnovna premisa. Preterano često se budimo uz vesti o još jednom femicidu. Statistike nam govore da je dve trećine žena na Balkanu doživelo barem jedan oblik rodnog nasilja ili zlostavljanja. Dakle, iako čvrsto verujem u snagu balkanskih žena i njihovu želju za emancipacijom, društvene norme, rodni stereotipi i seksizam koji su duboko ukorenjeni u našoj kulturi nastavljaju da nas sputavaju. I to naravno nije slučaj samo na Balkanu – rodna nejednakost je globalna pošast – i borbe sa kojima se žene širom sveta suočavaju imaju mnogo toga zajedničkog i zahtevaju univerzalni odgovor. U jednom od svojih feminističkih eseja „Tri gvineje“, Virdžinija Vulf je napisala čuvenu misao: „Kao žena, nemam zemlju. Kao žena, ne želim zemlju. Kao žena, moja zemlja je ceo svet.“

Kakav je institucionalni okvir za zaštitu prava žena i rodne ravnopravnosti u Srbiji i gde će Srbija imati najviše izazova na putu približavanju vrednostima i ciljevima Evropske unije u toj oblasti?

Iako je zakonodavni i institucionalni okvir Srbije za zaštitu prava žena i rodne ravnopravnosti u Srbiji u velikoj meri uspostavljen, nedavne inicijative sa ciljem da ga razblaže, pa čak i da se ukinu ključni zakoni i strategije, izazivaju veliku zabrinutost. Pomno pratimo dešavanja, zato što su prava žena deo onoga što nazivamo osnovama koje su od suštinskog značaja za uspeh na putu ka EU i stoga zauzimaju centralno mesto u pristupnim pregovorima. Visoka rasprostranjenost diskriminatorskih stavova i rodno zasnovanog nasilja, uključujući nasilje u porodici, verbalno nasilje nad ženama, uključujući i od strane javnih ličnosti, slučajevi akušerskog nasilja i rastuće sajber nasilje takođe izazivaju ozbiljnu zabrinutost. Srbija još uvek nema pouzdanu zvaničnu statistiku o femicidima, a sveukupni podaci i statistika razvrstana po polovima nedostaju u nekoliko domena, što otežava napore za rodnu ravnopravnost. Definicija silovanja u srpskom krivičnom zakonu tek treba da se uskladi sa Istanbulskom konvencijom, a potreban je i sveobuhvatniji odgovor na sve slučajeve nasilja nad ženama obuhvaćene Konvencijom. Veoma mali broj usluga podrške za ove slučajeve nasilja uglavnom nude organizacije civilnog društva, koje rade sa ograničenim budžetima, često u potpunosti zavisnim od donatora poput EU. Uloga medija u proizvodnji i reprodukciji rodno zasnovanog nasilja i rodnih stereotipa je takođe izvor zabrinutosti, uključujući i one koje predstavljaju žene žrtve femicida ili žene koje se nalaze na poziciji donošenja odluka. U vezi sa tim, završni izveštaj OEBS/ODIHR o posmatranju poslednjih izbora konstatuje nedovoljnu zastupljenost žena u izbornoj kampanji, i preporučuje dodatne mehanizme za podsticanje političkih partija da promovisu učešće žena u političkom životu, povećaju njihovu vidljivost tokom izbornih kampanja i unaprede njihovu ulogu u politici. Samo 25 odsto žena u Srbiji su vlasnice nekretnina, zbog raširene prakse odricanja od nasleđstva u korist braće ili supružnika. Iako nacionalno zakonodavstvo odobrava odsustvo zbog nege deteta i za majke i za očeve, ono nije u potpunosti usklađeno sa pravnim tekovinama EU, a i dalje su prisutne rodno zasnovane predrasude o tome da su obaveze u domaćinstvu i nega deteta poslovi za žene. Procenjuje se da žene u Srbiji rade 2,5 sata više dnevno od muškaraca na poslovima nege dece i starih. Ovo spada u najveće jazove između 27 država članica EU i Srbije u indeksu rodne ravnopravnosti za 2021. godinu. Dakle, iako je mnogo toga već postignuto, dug je put pred nama, ali Srbija može da nastavi da računa na podršku EU.

RODNA NEJEDNAKOST POČINJE OD KOLEVKE

Keti Bugenhut,

ambasadorka Belgije u Srbiji

Ljudska bića sama stvaraju mnoge rodne nejednakosti. Napravili smo ogroman korak napred u proteklih deset godina. Ali još uvek imamo dug put pred sobom. Da bismo postigli jednakost, moramo početi eliminisanjem nejednakosti od kolevke nadalje. Ne postoji naučni dokaz da su dečaci i devojčice nejednaki po rođenju, da je jedan pol manje sposoban od drugog, bilo da je u pitanju inteligencija, veštine ili bilo šta drugo. Mi smo različiti, da, fizički različiti, ali to ne znači da smo nejednaki. Ova poruka trebalo bi da bude u prvom planu svakog kurikuluma obrazovanja

„Evropska unija svakodnevno dokazuje svoju posvećenost tome da Srbija pristupi EU. To isto rade i pojedinačne članice, putem obimnih stranih direktnih investicija, trgovine i bilateralnih programa podrške“, kaže Keti Bugenhut, ambasadorica Belgije u Srbiji, zemlja koja je predsedavajuća Evropskoj uniji u prvoj polovini 2024. godine.

„Naše opredeljenje za proširenje vrlo je jasno u programu predsedavanja Belgije EU: proširenje EU je prioritet. I tokom predsedavanja, Belgija će predložiti prvi nacrt budućih institucionalnih promena koje su potrebne za proširenu EU sa 30 ili 35 članica. Na primer: koje reforme u budžetu su potrebne? Kako treba prilagoditi naše procese donošenja odluka? Ili, kojim telima EU su potrebne institucionalne promene?“, objašnjava Bugenhut naglašavajući da „veća Evropska unija ne sme postati slabija Evropska unija, naprotiv: potrebna nam je snažna i odlučna Evropska unija“.

Pristupanje Evropskoj uniji, dodaje, zahteva potpunu posvećenost vlade zemlje kandidata, njenog parlamenta i njenog naroda; mora postojati potpuno uverenje u prednosti članstva i takođe mora postojati prihvatanje, bez odstupanja, temelja na kojima je izgrađena Evropska unija, jer „to je proces zasnovan na zaslugama“.

„Srbija je obavila težak posao, tehnička osposobljenost je na visokom nivou. Smatramo da je još potrebno raditi na osnovama, kao što su vladavina prava, borba protiv korupcije, organizovani kriminal, sloboda medija i rešavanje pitanja ratnih zločina. Sigurna sam da nova vlada brzo radi na potrebnim reformama, u skladu sa preporukama izveštaja Komisije o proširenju. I nismo

gluvi, i čujemo srpsko negodovanje kada se to nazove 'decenijom' pregovora“, kaže Bugenhut.

Kako biste ocenili saradnju Belgije i Srbije?

U dve reči: veoma dobro. Dozvolite mi da se vratim malo unazad u istoriju: Belgija je priznala nezavisnost Srbije 1878. godine i započeli smo diplomatske odnose 1886. godine. Još u tim danima, moja zemlja bila je aktivna u Srbiji. Nacionalna banka Belgije štampala je novčanice za Srbiju, a u istočnoj Srbiji belgijske kompanije izgradile su industrijsku železnicu jer su bile veoma aktivne u rudarstvu uglja. Region Negotina, Zaječara i dolina Timoka industrijski je razvijen zahvaljujući belgijskim kompanijama. U oba svetska rata bili smo na istoj strani. A sa SFRJ imali smo 15 bilateralnih sporazuma od kojih su neki obnovljeni sa Srbijom kao naslednikom. Od 2017. godine razvili smo tradiciju godišnjih bilateralnih razgovora o spoljnoj politici na administrativnom nivou, što nam omogućava da ostanemo u bliskom kontaktu. Prošlog novembra, ministarka spoljnih poslova Hađa Labib bila je veoma zadovoljna svojom uspešnom posetom Beogradu. Godine 2011. belgijska kompanija Delhaize imala je najveću jednostranu investiciju tog vremena: preko 900 miliona evra, sa preko 11.000 zaposlenih. Danas brojne belgijske kompanije posluju u vašoj zemlji i zapošljavaju oko 18.000 ljudi. Finansijska tehnologija poput E-fakture, energija vetra, proizvodnja inovativnih prehrambenih proizvoda, izvoz poljoprivrednih proizvoda, uključeni smo u brojne projekte. Gledajući unapred, uzbuđeni smo zbog predstojeće multisektorske trgovinske i investicione misije u Srbiji od 7. do 10. oktobra 2024. godine.



Sve dok se žene ne budu međusobno podržavale na svojim karijernim putevima, ne vidim kako će se rodna nejednakost popraviti

U kojim oblastima Belgija ima projekte u Srbiji?

Belgija je finansijski doprinela realizaciji uspešnog projekta Saveta Evrope o obrazovanju mladih u Srbiji o ljudskim pravima, takozvanog Kompas priručnika. Lansiranje nove verzije ovog priručnika na srpskom jeziku je važno jer će pomoći da se osnaže omladinski lideri, multiplikatori i omladinski radnici da podrže učešće mladih u demokratskom životu. Moramo jasno i glasno afirmisati vrednosti koje želimo da podržavamo.

Poštovanje ljudskih prava je ono što nas spaja. Naši bilateralni odnosi uključuju i akademsku saradnju, a nedavno je zaključeno veoma plodno partnerstvo između naših akademskih institucija, srpskog BAPUSS-a i belgijskog univerziteta primenjenih nauka VIVES. Grupa VIVES studenata će doći u Srbiju u septembru 2024. godine u okviru ovog partnerstva. I naravno, na kraju, ali ne i najmanje važno, postoji mnogo projekata u oblasti trgovine i investicija koje sprovodi Belgijsko-srpsko poslovno udruženje.

Belgija je lider u Evropi u pogledu izdvajanja više od tri procenta svog BDP-a za istraživanje i razvoj. Zašto je za malu otvorenu ekonomiju, kao što je Belgija, važno da se ulaže u inovacije?

Belgija je zaista više od piva, čokolade i statue Maneken Pis. Moja zemlja ima veoma visok inovacioni potencijal u biotehnologiji, svemirskoj nauci, finansijskoj tehnologiji i kroz vodeći svetski istraživački centar za nanotehnologiju, Međuuniverzitetski centar za mikroelektroniku (IMEC) u Luvenu. Belgija takođe ima

najveći broj kliničkih ispitivanja po glavi stanovnika na svetu; ovo se pripisuje našim istraživačkim kapacitetima i veoma kratkom vremenu do odobrenja ispitivanja faze I, u poređenju sa drugim evropskim zemljama. Naš uspeh proizlazi kako iz činjenice da imamo odlične univerzitete (neki su rangirani među 100 najboljih u svetu), tako i iz ekonomskog sastava naše zemlje: više od 80 odsto kompanija su mala i srednja preduzeća (MSP). Dobro je poznata činjenica da internacionalizacija i inovacijske aktivnosti MSP predstavljaju osnovne ekonomske aktivnosti koje doprinose individualnom uspehu MSP na globalnom nivou, ali takođe doprinose ekonomskom blagostanju matičnog regiona i zemlje.

Kako vidite stanje rodne ravnopravnosti u Srbiji? Moglo bi se pomisliti da su zemlje Evropske unije naprednije u jednakim pravima žena od Srbije. To nije nužno slučaj, i bili bi nam potrebni konkretni rezultati istraživanja da bismo izrazili naučeno mišljenje o tome. Ali dozvolite mi da vam dam konkretan primer stanja lokalne politike pre lokalnih izbora 2. juna u vašoj zemlji. Do 2. juna u 174 grada i opštine u Srbiji bile su 22 žene gradonačelnice. To je 12,6 odsto žena gradonačelnika. Moja zemlja će imati lokalne izbore u oktobru ove godine. Od 290 gradova i opština u severnom delu Belgije, Flandriji (oko 6,5 miliona stanovnika, kao i Srbija), trenutno ima 42 žene gradonačelnice. Govorimo o 14,5 odsto. Dakle, ova dva procenta nisu daleko jedan od drugog. Štaviše, trend aktivnih žena u politici u mojoj zemlji opada. U svom svakodnevnom radu u Beogradu, upoznala sam mnogo divnih Srpkinja na važnim pozicijama odlučivanja, u raznim sektorima: u diplomatiji, umetnosti, biznisu, akademiji, medijima, naravno i u politici. I pohvaljujem neumorni rad poverenice za ravnopravnost ovde u vašoj zemlji.

Kakva je situacija po pitanju rodne ravnopravnosti u Belgiji?

Učešće žena u donošenju odluka na ravnopravnoj osnovi sa muškarcima je prioritet i u belgijskoj unutrašnjoj i u spoljnoj politici. Belgija je preuzela mnoge konkretne mere ka postizanju ravnopravnog učešća žena i muškaraca na pozicijama odlučivanja. Samo da navedem neke primere: amandman na Ustav i zakone iz 2002. kojim se nameće paritet na izbornim listama, kao i obaveza da se na prva dva mesta liste smenjuju muškarac i žena; i – veoma važno – uspostavljanje pristupačnog i visokokvalitetnog sistema za čuvanje i brigu o deci, subvencionisanog od strane države.

Ono što je takođe potrebno za postizanje rodne ravnopravnosti je dostupnost visokokvalitetnog obrazovanja za žene. Belgija trenutno napreduje izuzetno dobro, sa više mladih žena koje završavaju master studije nego mladića. Takođe, jaz u platama u Belgiji je jedan od najmanjih u Evropskoj uniji, sa pet odsto (podaci iz 2022), u poređenju sa prosekom EU od 12,7 odsto. Na međunarodnoj sceni, Belgija koristi svaku priliku da istakne veliki značaj koji pridaje rodnoj ravnopravnosti i ljudskim pravima žena i devojčica, u svim njihovim različitostima.

Bez obzira na svu posvećenost i napore, potpuna realizacija ljudskih prava žena i devojčica još uvek je daleko od stvarnosti. To je, da budemo iskreni, složen zadatak. Osnaživanje žena i devojčica i njihovo jednako učešće u donošenju odluka zahtevaju eliminisanje strukturnih barijera, diskriminatornih zakona i normi koje održavaju rodne stereotipe. Prema stavu moje zemlje, nijedan zakon, nijedna tradicija, nijedna religija, nijedna vrednost, niti bilo koji običaj ili kultura ne mogu biti opravdanje za rodnu diskriminaciju. Zato moramo nastaviti da se trudimo, da uvodimo i sprovodimo nediskriminatorne zakone i moramo se pobrinuti da svaka žena i devojčica širom sveta zna svoja prava i kako da ih ostvari. U vezi s tim, Belgija takođe pozdravlja rad i postignuća organizacija civilnog društva, organizacija žena i branitelja ljudskih prava žena. Oni zaslužuju naše priznanje, podršku i zaštitu.

Kakva je politika Belgije u pogledu jednake zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama u kompanijama?

Belgijski parlament je 2011. godine usvojio zakon o zastupljenosti žena u upravnim odborima kompanija listiranih na berzi i javnih preduzeća, kojim se utvrđuje kvota od jedne trećine članova svakog pola u upravnim odborima. Naravno, postoji još mnogo oblasti koje zahtevaju posvećenu akciju kako bi se postigla jednaka zastupljenost žena na rukovodećim pozicijama. Ali, da budemo iskreni. Čak i ako je cilj jasan i realan, a faktori uspeha dobro poznati, uvek postoje prepreke. Sa mog stanovišta, žene još uvek ne dobijaju vrhunske pozicije na istim osnovama kao muškarci. Često žene završe s „mekim“ zadacima. Postoje li nesvesne rodne predrasude kod ljudi? Da, postoje. Jer rodna nejednakost počinje od kolevke. Zašto devojčica mora da se igra sa lutkom, a dečak automobilima? Ko je odlučio da devojčica nije zainteresovana za automobile? Zašto mladić pomaže tati u bašti, a devojka ostaje u kući sa

mamom da sređuje posuđe? Ovo ponašanje, kom smo svi svedočili u našim životima, automatski vodi nejednakoj raspodeli odgovornosti za brigu o kući u porodici u kasnijem životu. Osnovno pitanje je kako da učinimo tržište rada fleksibilnijim kako bismo izbegli zamku skraćenog radnog vremena ili, još gore, zamku neplaćenog rada žena? Moramo se pobrinuti za to da jednak rad znači jednaku platu. Moramo se pobrinuti za to da se o detetu, produktu dva pola, brinu oba pola, ne samo žena. Neki će reći: ali ta odluka i dalje ostaje u rukama pojedinca. A onda ja odgovaram: ako pojedinac, žena, želi da dostigne vrhunac, tada ne bi trebalo da postoje prepreke na putu koje ne postoje za muškarce.

Koliko je opasno jačanje nacionalizma u Evropi, i u svetu generalno? Kako vidite uticaj isticanja nacionalističkih tema na borbu za osnovna ljudska prava?

Dozvolite mi da citiram autora Luisa Hajda iz članka iz 2019. godine u Njujork tajmsu. „Nacionalizam dolazi u mnogo oblika - etnički i građanski, verski i sekularni, desni i levi. Postoji toliko mnogo različitih oblika nacionalizma da je možda vreme da napravimo pauzu i zapitamo se: šta je nacija?“

Danas smo svi podložni nezapamćenim uticajima i promenama. Postoji porast nacionalizma, ali, kao što gospodin Hajd ističe: postoji mnogo vrsta nacionalizma. Takođe smo suočeni s nizom oružanih sukoba koji su blizu našeg praga, poput ruske agresije u Ukrajini. Ovi uticaji i promene, logično, odražavaju se u našem društvu. Gde to ostavlja međunarodni poredak zasnovan na pravilima? Oslabljen? Ili ne? Moj odgovor je - ne. Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima, usvojena 10. decembra 1948. godine kao rezolucija UN-a, otvorila je put za više od 70 ugovora o ljudskim pravima. Mi smo se složili da svi ti ugovori budu poštovani, vaša zemlja i moja. Naš zadatak, kao diplomata je da komuniciramo i istaknemo vrednosti koje negujemo, posebno sada kada je profesionalna diplomatija delimično zasenjena aktivnostima tradicionalno nediplomatskih aktera. Javnost je danas bolje informisana putem društvenih medija i drugih platformi, ali nikada ne smemo zaboraviti najvažniji deo: držati se činjenica. Čini se da je to prilično zahtevan zadatak u današnje vreme, postoji mnogo dezinformacija.

Kako vidite ulogu obrazovnog sistema u osnaživanju devojčica prema jednakim pravima?

Godine 2019. premijer Belgije Aleksander de Kro napisao je knjigu pod nazivom „Era žena, kako feminizam takođe oslobađa muškarce“. On tvrdi da ono što neke vlade zaboravljaju - ili žele da zaborave - jeste da je održivi ekonomski rast moguć samo ako koristimo sve talente koje društvo ima, što znači talente svih polova, svih muškaraca i svih žena. OECD je izračunao da bi se ekonomski rast u svim državama članicama povećao za 12 odsto ako bi sve žene u radnom dobu išle na posao. Naša je dužnost da mobilizujemo celu svetsku populaciju da se bori za prosperitet i društveno blagostanje - što znači: koristeći i talente i potencijal žena. Da sumiram svoj stav: ljudska bića stvaraju mnoge rodne nejednakosti sama. Napravili smo ogroman korak napred u proteklih deset godina. Ali još uvek imamo dug put pred sobom. Da bismo postigli jednakost, moramo početi eliminisanjem nejednakosti od kolevke nadalje. Ne postoji naučni dokaz da su dečaci i devojčice nejednaki po rođenju, da je jedan pol manje sposoban od drugog, bilo da je u pitanju inteligencija, veštine ili bilo šta drugo. Mi smo različiti, da, fizički različiti, ali to ne znači da smo nejednaki. Ova poruka trebalo bi da bude u prvom planu svakog kurikuluma obrazovanja, obrazovanje u tom pogledu ima vitalan značaj.

Šta za vas lično znači rodna ravnopravnost? Da li ste se susreli sa rodnim stereotipima u svojoj karijeri i privatnom životu i kako na njih reagujete?

Mogu navesti gotovo dnevne primere rodnih stereotipa i u mom profesionalnom i privatnom životu. Neki od tih komentara su nevini, ponekad se čak izgovaraju i bez pravih predrasuda, ali ipak, primećujem ih. Važan element za mene je sledeći: sve dok se žene ne budu međusobno podržavale na svojim karijernim putevima, ne vidim kako će se rodna nejednakost popraviti. Teniska legenda Serena Vilijams to je vrlo upečatljivo rekla: „Uspeh svake žene trebalo bi da bude inspiracija drugoj. Trebalo bi da uzdižemo jedna drugu. Budite hrabre: budite jake, izuzetno ljubazne i pre svega skromne.“ Ali nažalost, moram reći da solidarnost među ženama može biti izuzetno ograničena. Zato sam za svoju ličnu misiju postavila da podržim druge žene koje teže ka tome da postanu uspešni profesionalci. Veliko je zadovoljstvo videti kako drugi napreduju i postaju uspešni - i muškarci i žene zapravo. Jedna od mladih diplomatkinja kojoj sam mentorisala u Njujorku upravo je postavljena na jedno od ključnih mesta u Ministarstvu spoljnih poslova. To me veoma raduje.

OBRAZOVNI SEKTOR JE KLJUČAN

Anika Ben David,
ambasadorka Švedske u Srbiji

Opšti cilj švedske politike rodne ravnopravnosti je da žene i muškarci imaju istu moć da oblikuju društvo i svoje živote. Obrazovni sektor je ključan, od predškolskog pa nadalje. Rodna ravnopravnost nije samo cilj, već i preduslov održivog razvoja i suštinski deo rešenja mnogih izazova sa kojima se suočavamo u našem vremenu, kako na nacionalnom, tako i na globalnom nivou

„Ponosna sam na to što Švedska ostaje pionir kad je u pitanju rodna ravnopravnost. Jednakost između muškarca i žene je ustavom zagarantovano pravo i krajnji cilj švedske politike rodne ravnopravnosti jeste da žene i muškarci imaju iste mogućnosti, prava i odgovornosti u svim oblastima života“, kaže Anika Ben David, ambasadorica Švedske u Srbiji.

Rodna ravnopravnost je prepoznata kao posebna oblast politike u Švedskoj još od ranih sedamdesetih godina prošlog veka, a napredak u pravcu rodne ravnopravnosti počeo je čak i ranije. Od tada, Švedska je pokazala jasne rezultate u pogledu visokog nivoa zaposlenosti i rasta. Taj razvoj se nije desio sam od sebe. Do toga je došlo zahvaljujući političkoj volji i dijalogu, uz naporan rad snažnog civilnog društva i ženskog pokreta. Sve je počelo, kako kaže švedska ambasadorica, zalaganjem civilnog društva da se podstaknu zakonodavci i menja mentalitet. Onda je nizom ključnih reformi koje su sprovede tokom poslednjih 50 godina, kao što su oporezivanje dohotka pojedinaca, finansijska podrška države za brigu o deci i rodno neutralno roditeljsko odsustvo, započeta nova era. Švedske vlade su promovisale rodnu ravnopravnost u svim sferama života.

„U praksi, to je značilo posvećenost izgradnji društva u kome žene i muškarci, devojčice i dečaci mogu da žive svoj život punim potencijalom. To je ljudsko pravo i pitanje demokratije i pravde. Rodna ravnopravnost je takođe deo rešenja za društvene izazove i sastavni je deo moderne socijalne države koja se bori za pravdu i ekonomski razvoj“, kaže ona.

Uprkos značajnim postignućima u pogledu rodne ravnopravnosti, izazovi, kako kaže, i dalje ostaju. Švedska

vlada vodi računa da se ideja rodne ravnopravnosti unosi u kreiranje politike na širokom frontu, kako na nacionalnom tako i na međunarodnom planu. „Opšti cilj švedske politike rodne ravnopravnosti je da žene i muškarci imaju istu moć da oblikuju društvo i svoje živote. Obrazovni sektor je ključan, od predškolskog pa nadalje. Vlada je posvećena postizanju ovog cilja kroz politički program koji se odnosi na smanjivanje neravnopravnosti i stereotipne rodne uloge i strukture. Rodna ravnopravnost nije samo cilj, već i preduslov održivog razvoja i suštinski deo rešenja mnogih izazova sa kojima se suočavamo u našem vremenu, kako na nacionalnom, tako i na globalnom nivou“, kaže Anika Ben David.

Kako vidite stanje rodne ravnopravnosti u Srbiji?

Smatram da je novi zakon o rodnoj ravnopravnosti u Srbiji progresivan, ali, kao i uvek, efekat se meri primenom zakona u praksi. Generalno, nejednaka prava, nedostatak jednakih mogućnosti i rodne predrasude predstavljaju glavne prepreke za rodnu ravnopravnost.

Nedavno ste u javnosti izneli svoj stav da u Srbiji postoje jaki rodni stereotipi i da se vraćaju ideje patrijarhata. Šta vas je navelo na taj zaključak?

Prisutan je trend okretanja neokonzervativnim i nacionalističkim idejama u različitim delovima Evrope, zbog čega mi je veoma žao. Sloboda od diskriminacije je ljudsko pravo. Svako društvo može imati koristi od jednakosti, uključujući i rodnu ravnopravnost i inkluziju. Iskristiti resurse i doprinose svih u društvu čini zemlju jačom, ne samo ekonomski.



Demokratija nazaduje, dok autoritarizam sve više uzima maha. Širom sveta, civilno društvo i aktivisti za ljudska prava su izloženi pretnjama i progonu. Novinarima je sve teže da obavljaju svoj posao, za šta imamo nedavne primere ovde u Srbiji. Agitacija i mržnja truju debate

Koliko je opasno jačanje nacionalizma koje zahvata mnoge zemlje Evrope? Kako vidite uticaj isticanja nacionalističkih tema u prvi plan na borbu za osnovna ljudska prava koja je u Srbiji po mnogim pitanjima još u toku?

Iskustvo moje zemlje dokazuje da postoji snažna veza između demokratije i ljudskih prava, demokratije i vladavine prava, demokratije i mira, socio-ekonomske pravde, bezbednosti i ekonomskog prosperiteta. Demokratija se pokazala kao najbolji oblik vladavine. Ona donosi ekonomske i društvene koristi, kao i mir i stabilnost. Omogućava da se čuju glasovi, podstiče učešće i omogućava da se sukobi u društvu rešavaju mirnim sredstvima. Demokratska društva ostaju jaka u turbulentnom svetu.

Ali, demokratija se našla pod pritiskom, u Evropi i širom sveta. Demokratija nazaduje, dok autoritarizam sve više uzima maha. Širom sveta, civilno društvo i aktivisti za ljudska prava su izloženi pretnjama i progonu. Novinarima je sve teže da obavljaju svoj posao, za šta imamo nedavne primere ovde u Srbiji. Agitacija i mržnja truju debate. Kada su ljudska prava i slobode ograničeni, društva trpe, a i građanska prava i izbori su ograničeni. Narušeno je poverenje javnosti u društvo i politiku. Ovaj rastući autoritarizam dovodi u pitanje međunarodni poredak zasnovan na pravilima igre

međunarodne interakcije i toga kako živimo zajedno u ovom svetu. Ruski brutalni, neopravdani i nezakoniti agresorski rat protiv Ukrajine je vrhunski primer vladara koji sebe stavlja iznad dogovorenih normi. EU je dobar primer toga šta se može dogoditi kada se demokratije udruže. Nije uvek lako, uvek su potrebni kompromisi i mukotrpni pregovori. Ali sve вреди, kada vidimo šta možemo zajedno da postignemo.

Srbija može da ima veliku korist od pridruživanja najjačem ekonomskom i političkom regionalnom bloku na svetu, doprinoseći i imajući koristi od ove jedinstvene saradnje. Ali ispuniti kriterijume za članstvo nije lako. U tehničkom smislu, to zahteva ogromne napore, i zato EU, i Švedska i druge države, daju novac poreskih obveznika u grantovima da pomognu reformu Srbije. U političkom smislu, to znači prihvatanje i življenje ovih vrednosti EU. Podsetimo se da je EU u principu mirovni projekat između najvećih neprijatelja, Francuske i Nemačke, koje su odlučile da ostave prošlost za sobom. Odlučili su da istorija više ne služi za oblikovanje budućnosti. Da ih je njihova zajednička istorija kočila. Tako su doneli odluku da raskinu sa prošlošću, i ne samo to: da sklope savez. Danas su ti temelji – zajedničke vrednosti EU – ono što nosi Uniju. A demokratija je ono što gradi ove vrednosti: pluralizam, nediskriminacija, tolerancija, pravda, solidarnost i jednakost između žena i muškaraca. Ljudsko dostojanstvo, sloboda, vladavina prava i ljudska prava. Oni zajedno čine agendu za budućnost, koju ljudi u Srbiji zaslužuju i od koje će imati najviše koristi. Nijedan drugi globalni akter ne može ponuditi iste mogućnosti.

Pre deset godina, Ministarstvo inostranih poslova Švedske je pokrenulo takozvanu feminističku spoljnu politiku. Kako izgleda primena te politike u praksi i koji su efekti?

Promocija rodne jednakosti je bila u fokusu svake vlade u Švedskoj i imala je različite forme. Feministička spoljna politika je bila vodeća spoljnopolitička inicijativa prethodne švedske vlade i ona se nastavlja i danas.

Kakva je pozicija Švedske u pogledu ravnopravne zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama u kompanijama i institucijama u odnosu na ostale evropske zemlje?

U upravnim odborima u Švedskoj, žene su još uvek manjina. I još uvek postoji rodna nejednakost u platama. Radimo na tome da se ove stvari promene, ali afirmativna akcija nije put kojim smo krenuli.

Da li se u Švedskoj rad žena u kući, briga o porodici, prepoznaje u društvu i na koji način?

Još uvek postoji neravnomerna raspodela neplaćenih kućnih poslova i nege. Vlada je mišljenja da žene i muškarci moraju imati istu odgovornost za neplaćene kućne poslove i mogućnost da pružaju i primaju negu pod jednakim uslovima.

U mnogim zemljama, posebno na Balkanu, na reči feminizam i feministkinja se još uvek gleda u negativnom kontekstu, često sa podsmehom. Kako je u Švedskoj?

Za nas, rodna ravnopravnost – ili feminizam, što je za nas ista stvar – nije ništa radikalno. Ne radi se o prednosti za žene u odnosu na muškarce; samo o jednakim pravima i mogućnostima. Sve više zemalja shvata da od rodne ravnopravnosti ima koristi čitavo društvo. To nije samo pitanje pravde, već pametne ekonomije. Drago nam je da podelimo svoja iskustva i najbolje prakse.

Šta smatrate da je najvažnija alatka za samoosnaživanje žena?

U nedostatku pogodnog okruženja, da se organizujemo zajedno i da se borimo za promene. I da budemo sigurne u to da možemo da damo značajan doprinos. Da ravnopravno obrazujemo svoje sinove i kćeri i da im pružimo iste mogućnosti.

Šta vama lično znači rodna ravnopravnost? Da li ste se u karijeri i privatnom životu susreli sa rodnim stereotipima i kako na njih reagujete?

Odrastala sam u rodno ravnopravnoj kući 70-ih godina, gde je otac deo vremena provodio radeći kod kuće. U svom profesionalnom životu nikada se nisam osećala neravnopravno. Otišla bih toliko daleko da kažem da na mom radnom mestu, u Ministarstvu spoljnih poslova Švedske, rodne razlike ne postoje. Više ne posmatramo osobe prema njihovom polu; više zapravo ne vidimo rod. Radite sa pojedincima.

Kako biste ocenili saradnju Švedske i Srbije?

Naša ambasada radi na jačanju odnosa između Švedske i Srbije. Naša agenda pokriva politički dijalog, razvojnu saradnju, trgovinu i promociju Švedske, konzularna pitanja i poslove migracija. Srbija, kao i ceo region Zapadnog Balkana, za Švedsku je od strateškog značaja. Švedska ulaže značajna politička i finansijska sredstva da podrži Srbiju u procesu pridruživanja EU. Razvojna saradnja i podrška Švedske u Srbiji ima za cilj jačanje približavanja Srbije EU i fokusira se na jačanje pravosuđa i poštovanje ljudskih prava, uključujući prava žena, kao i na pomoć u smanjenju klimatskih uticaja i poboljšanju životne sredine.

Švedska podrška takođe ima za cilj da doprinese ekonomskom razvoju i smanjenju siromaštva. Švedska je treći najveći donator u Srbiji i vodeći donator u oblasti životne sredine i klimatskih promena. Nekoliko projekata se odvija kroz saradnju između švedskih i srpskih vlasti, kako na centralnom tako i na lokalnom nivou. Partneri su i međunarodne organizacije, organizacije civilnog društva, razvojne banke i obrazovni sistem. Nekoliko projekata uključuje stanovnike opština, mlade ljude i kompanije. Srbija i Švedska dele dugu istoriju razvojne saradnje koja je počela još 1998. godine i ukupna finansijska podrška Švedske do sada je dostigla više od 300 miliona evra. Švedska podržava razvoj demokratije, vladavine prava, ljudskih prava i rodne ravnopravnosti. Takođe podržavamo mir, životnu sredinu i inkluzivni ekonomski razvoj. Svi naši projekti usmereni su na pomoć Srbiji na njenom putu ka pristupanju Evropskoj uniji.

Nekoliko projekata koje podržavamo su deo saradnje srpskih i švedskih vlasti. Imamo, na primer, dugogodišnju saradnju između srpske i švedske policije, između srpskog i švedskog geodetskog zavoda i između Stalne konferencije gradova i opština i njihovog švedskog ekvivalenta. Ovakve saradnje stvaraju mogućnosti za produktivnu razmenu znanja i iskustava između naše dve zemlje u građenju čvršćih odnosa za budućnost.

Koje projekte Švedska ima u oblasti unapređenja rodne ravnopravnosti u Srbiji?

Švedska je jedna od zemalja sa najvećim stepenom rodne ravnopravnosti na svetu u ponosni smo na to što smo doprineli podizanju rodne ravnopravnosti u Srbiji. Srpska vlada usvojila je „Strategiju za sprečavanje i borbu protiv rodno zasnovanog nasilja prema ženama i nasilja u porodici za period 2021-2025“, uz podršku projekta koji finansira Švedska „Integrisani odgovor na nasilje nad ženama i devojčicama u Srbiji“. Ovaj projekat je takođe doprineo usvajanju potpune zakonske zabrane dečjih brakova i fizičkog disciplinovanja dece, kao i nekoliko drugih važnih inicijativa.

Švedska je angažovana u Srbiji na mnogim projektima zaštite životne sredine. Kako ocenjujete spremnost našeg društva da se uhvati ukoštac sa rešavanjem problema kao što su zagađen vazduh, vode, zemljište, upravljanje otpadom?

Švedska je ponosna na to što je vodeći i dugogodišnji donator u oblasti životne sredine i klime u Republici

Srbiji i verujemo da će usklađivanje sa ekološkim zakonodavstvom EU biti od koristi ne samo životnoj sredini u ovoj zemlji, već i svakom građaninu. Svedok sam toga koliko su u poslednjih nekoliko godina građani Srbije postali svesni i glasni o pitanjima životne sredine kao što su zagađenje vazduha, koje pogađa sve, i eksploatacija prirodnih resursa. Takođe sam kroz našu podršku projektu odvajanja otpada ODVAJAMO u 17 opština videla kako je javnost u Srbiji prihvatila reciklažu i održivo upravljanje otpadom kada su sistemi uspostavljeni.

To pokazuje da je srpsko društvo spremno i želi da učini više u rešavanju ekoloških problema. Međutim, da bi se postigli održivi rezultati, ova spremnost mora biti praćena povećanom ambicijom, posvećenošću i akcijom u svim delovima društva, uključujući donosioce odluka, za rešavanje trenutne klimatske i ekološke krize.

Kako je Švedska dovela pitanje zaštite životne sredine u red? Šta su bili prioriteti i gde ste sada?

Švedska je bila globalni lider u zaštiti životne sredine i održivosti. Bila je to prva zemlja u svetu koja je donela zakon o zaštiti životne sredine i osnovala agenciju za zaštitu životne sredine 1967. godine, a takođe je bila domaćin prve konferencije UN o globalnoj životnoj sredini 1972. Od tada, Švedska se nije osvrnula unazad, uspevajući da razvija svoju ekonomiju uz smanjenje emisija ugljenika i ograničavanje zagađenja. Oko 60 procenata nacionalnog snabdevanja energijom dolazi iz obnovljivih izvora, a cilj je da se kroz politike i zakonodavstvo dodatno smanjuje emisija gasova staklene bašte.

Već više od decenije, Švedska je među prvih deset zemalja, prema renomiranom Indeksu ekoloških performansi univerziteta Kolumbija i Jejl, sa izuzetno čistim vazduhom i čistom vodom uz niske emisije. Švedska ne počiva na lovorikama jer ima još mnogo toga da se uradi, ali prethodni uspesi u suočavanju sa kiselim kišama do reciklaže pokazuju da životna sredina i razvoj mogu da idu ruku pod ruku.

Naši prioriteti? Ima ih mnogo, ali želim da istaknem da je Švedska postavila ambiciozne klimatske ciljeve. Do 2045. godine, cilj nam je da postignemo nultu neto emisiju gasova staklene bašte u atmosferu. To znači da bi emisije gasova staklene bašte iz aktivnosti u Švedskoj trebalo da budu najmanje 85 procenata niže nego što su bile 1990. godine. Posvećeni smo i cilju da do 2045. prestanemo sa upotrebom fosilnih goriva i da dostignemo upotrebu 100 procenata energije iz obnovljivih izvora, što je značajan korak ka ekološkoj održivosti.

ZNANJE JE MOĆ

Kristin Melsom,

ambasadorka Norveške u Srbiji

Neophodni su kontinuirani naponi da se osigura jednak tretman i mogućnosti za sve. Osnaživanje pojedinaca da ostvare svoja zakonska prava je od suštinskog značaja. Naš pristup mora biti holistički, obuhvatajući zakonodavne reforme, mreže podrške i angažovanje zajednice kako bismo podstakli kulturu poštovanja i jednakosti za sve rodne identitete. Prepoznavanjem složenosti rodne dinamike i posvećenosti inkluzivnim rešenjima, možemo stvoriti pravednije društvo za sve. Da bismo unapredili naše društvo, moramo dati prioritet stvaranju i širenju znanja, obezbeđujući da ono zauzme centralno mesto u javnom diskursu. Od suštinskog je značaja da kritički razmislimo o našim trenutnim okolnostima i imamo hrabrosti da se suočimo sa stvarnošću

Norveška se često opisuje kao „raj za rodnu ravnopravnost“. Tokom godina je stavljala veliki naglasak na činjenicu da je rodna ravnopravnost ljudsko pravo, međutim, kako kaže ambasadorka te zemlje u Srbiji Kristin Melsom, iako se Norveška ističe u poređenju sa mnogim drugim zemljama, postoje oblasti u kojima rodna diskriminacija i dalje postoji.

„Politike kao što su velikodušno roditeljsko odsustvo i pristupačna briga o deci omogućile su veće učešće žena u radnoj snazi. Obaveze u domaćinstvu i brige su gotovo podjednako podeljene između muškaraca i žena, a u norveškom parlamentu postoji gotovo jednaka zastupljenost polova. Žene imaju sveobuhvatna prava na seksualno i reproduktivno zdravlje, kao i pravo da poseduju i kontrolišu imovinu. Međutim, uprkos ovom napretku, još uvek postoje oblasti u kojima rodni dispariteti i dalje postoje”, kaže Kristin Melsom i dodaje da, u proseku, žene zarađuju manje od muškaraca, pri čemu žene koje rade sa punim radnim vremenom zarađuju samo 88 odsto plata koje zarađuju njihove muške kolege. Pored toga, rad sa skraćenim radnim vremenom je češći među ženama. Liderske pozicije takođe odražavaju rodnu neravnotežu, pri čemu žene imaju samo jednu trećinu ovih uloga.

„Prepoznajući te izazove, Norveška ostaje posvećena unapređenju rodne ravnopravnosti kako na domaćem tako i na globalnom nivou. Ova posvećenost je očigledna u inicijativama kao što je akcioni plan ‘Pravedan svet je jednak svet’, koji naglašava rodnu ravnopravnost kao centralni prioritet u spoljnoj i razvojnoj politici Norveške (2023). Kroz ove napore, Norveška ima za cilj da nastavi da napreduje ka pravednijem svetu za sve”, kaže Melsom.

Kakva je politika Norveške u pogledu ravnopravne zastupljenosti žena na rukovodećim pozicijama u kompanijama i institucijama?

Mislimo da žene poseduju stručnost, resurse i perspektive koje su od koristi društvu, kao lideri, preduzetnici, političari, primarni zarađivači i partneri. Jačanje uloge devojaka i žena u društvu optimizuje korišćenje resursa koje poseduju. Norveška je usvojila progresivne politike kako bi osigurala jednaku zastupljenost žena na rukovodećim pozicijama, uvažavajući značaj njihove stručnosti i perspektiva. Važna mera je rodna kvota za korporativne odbore, koja nalaže da najmanje 40 odsto članova odbora u kompanijama koje se kotiraju na berzi moraju biti žene. Pored toga, Norveška podržava žene preduzetnice kroz finansiranje, programe obuke i mogućnosti umrežavanja. Zemlja takođe ulaže u programe razvoja liderstva kako bi pomogla ženama da napreduju do izvršnih funkcija. Posebno, ove inicijative se šire na međunarodnom nivou, pružajući podršku ženama u zemljama poput Srbije, promovišući rodnu ravnopravnost i osnažujući žene u liderstvu van naših granica. Stroga politika jednakih plata i porodične mere, kao što su velikodušno roditeljsko odsustvo i pristupačna briga o deci, podržavaju karijeru žena. Vlada aktivno promovise rodnu ravnopravnost kroz različita ministarstva i javne institucije, koje se podstiču da postave ciljeve rodne ravnoteže. Kulturni stavovi u Norveškoj snažno podržavaju rodnu raznolikost u liderstvu, dodatno jačajući ove politike. Ovaj višestrani pristup ne samo da jača ulogu žene u društvu, već donosi i značajne ekonomske i socijalne koristi uključivanjem svih građana u proces rasta.



Foto: CorD

Stroga politika jednakih plata i porodične mere, kao što su velikodušno roditeljsko odsustvo i pristupačna briga o deci, podržavaju karijeru žena

Kako vam, iz vaše vizure, izgleda stanje rodne ravnopravnosti u Srbiji?

Rodna ravnopravnost je ključno pitanje na globalnom nivou, obeleženo i napretkom i stalnim izazovima za sve rodne identitete. Dok u Srbiji postoje pravni okviri, njihova primena može biti nedosledna u borbi protiv diskriminatorne prakse. Istanbulska konvencija predstavlja značajan napredak u rešavanju nasilja nad svim polovima, naglašavajući značaj međunarodne saradnje u zaštiti ljudskih prava. Međutim, neophodni su kontinuirani naponi da se osigura jednak tretman i mogućnosti za sve. Osnajivanje pojedinaca da ostvare svoja zakonska prava je od suštinskog značaja. Ovo zahteva sveobuhvatne strategije koje uključuju pravno zastupanje, kampanje za podizanje svesti i inicijative za promovisanje inkluzivnosti i različitosti. Naš pristup mora biti holistički, obuhvatajući zakonodavne reforme, mreže podrške i angažovanje zajednice kako bismo podstakli kulturu poštovanja i jednakosti za sve rodne identitete. Prepoznavanjem složenosti rodne dinamike i posvećenosti inkluzivnim rešenjima, možemo stvoriti pravednije društvo za sve.

Da bismo unapredili naše društvo, moramo dati prioritet stvaranju i širenju znanja, obezbeđujući da ono zauzme centralno mesto u javnom diskursu. Od suštinskog je značaja da kritički razmislimo o našim trenutnim okolnostima i imamo hrabrosti da se suočimo sa stvarnošću.

Kakva je uloga obrazovnog sistema u osnaživanju devojčica? Na koji način su teme rodne ravnopravnosti implementirane u obrazovni sistem u Norveškoj?

To je ključ. U školama učimo osnovne norme i vrednosti koje oblikuju kako pojedinca, tako i društvo. Od obrazovanja u ranom detinjstvu do visokog obrazovanja, škole imaju odgovornost da promovišu rodnu ravnopravnost. Nastavni planovi i programi koji uključuju diskusije o rodnim stereotipima, jednakosti i istoriji ženskih prava mogu pomoći deci da razumeju i internalizuju važnost jednakih prava. U suštini, znanje je moć, a informisane devojčice i dečaci su bolje opremljeni da donose odluke koje utiču na njihove živote i budućnost, i mogućnost da stvore pravedan svet.

U maju Norveška slavi Dan ustava, ali umesto vojne parade imate dečiju paradu. Kako je došlo do toga?

Norveška slavi Dan ustava 17. maja, poznat kao „Syttende Mai“, u znak sećanja na potpisivanje norveškog ustava 1814. godine. Za razliku od mnogih zemalja koje

naglašavaju vojne parade na svoje nacionalne dane, Norveška se fokusira na dečje parade, tradiciju sa dubokom istorijom i kulturnim značajem koji odražava vrednosti i težnje norveškog naroda. Norveški ustav iz 1814. označio je proglašenje nezavisnosti zemlje od Danske nakon vekova danske vladavine. Ova mirna proslava naglašava posvećenost Norveške demokratiji i građanskom ponosu, a ne vojnoj moći. Tokom 19. veka, dok je Norveška nastojala da uspostavi svoj nacionalni identitet, fokus na deci na proslavama Dana ustava simbolizovao je nadu u budućnost i važnost obrazovanja i mladih u izgradnji nacije.

Danas se dečje parade, poznate kao „barnetog“, održavaju širom zemlje, a školarci marširaju gradovima, često obučeni u tradicionalne nošnje (bunad) i noseći norveške zastave. Fokus na deci tokom proslava simbolizuje važnost negovanja sledeće generacije i promovisanja vrednosti mira, jedinstva i građanskog učešća. Dan ustava je evoluirao u veliki nacionalni događaj koji uključuje dečje parade uz igre, koncerte i dobru hranu. Inkluzivna i radosna priroda proslava naglašava posvećenost Norveške demokratiji, miru i dobrobiti njenih građana, posebno mladih.

Kako biste ocenili bilateralnu saradnju Norveške i Srbije?

Od 2000. godine izgradili smo odličnu bilateralnu saradnju sa Srbijom. Početkom 2000-ih, jedna od najvećih investicija Norveške u Srbiji bio je ulazak Telenora na srpsko tržište telekomunikacija. Iako je Telenor od tada napustio Zapadni Balkan, njegov rad je značajno promenio telekomunikacioni pejzaž u ovoj zemlji.

Norveška je bila jedan od najvećih donatora u proteklih 25 godina, prešli smo dug put u saradnji sa državom i civilnim društvom kako bismo pomogli u konsolidaciji demokratije u Srbiji. Da navedemo samo nekoliko primera, pomogli smo u osnivanju kancelarije ombudsmana, Agencije za borbu protiv korupcije i poverenika za zaštitu ravnopravnosti. Podržali smo stotine projekata koji su doprineli društvenom i ekonomskom razvoju i uspostavljanju institucija. Kada su u pitanju razvojni programi, najveći deo norveškog doprinosa ide kroz regionalne mehanizme kao što je WBIF i namenjen je velikim infrastrukturnim projektima. U toku je i regionalni program podrške civilnom društvu pod nazivom Smart Balkans. Nakon agresije u Ukrajini, Norveška je morala da napravi globalne rezove u razvojnoj pomoći, uključujući i Srbiju. Nadam se brzom rešenju globalne situacije



kako bismo mogli da nastavimo značajniju pomoć Srbiji. Međutim, ostajemo posvećeni podršci evropskim integracijama Srbije, inicijativama vezanim za mentalno zdravlje, posebno mladih, uprkos trenutno ograničenim resursima.

Održivi razvoj i zaštita životne sredine su oblasti u kojima je Norveška ostvarila značajan napredak. Šta može da se nauči iz vašeg iskustva u tim oblastima?

Imam savet i vratiću nas u rane devedesete. Prošli smo i kroz prelazak na zaštitu životne sredine uz određeni otpor delova našeg društva, od sindikata do privatnog sektora. Ni kod nas se ove promene nisu desile preko noći i mogu reći da tranzicija u ovoj oblasti nikada nije vremenski ograničen proces. Srbija ima još mnogo posla na tom polju, zbog čega će poglavlje o životnoj sredini u pregovorima sa EU biti jedno od najsloženijih i svakako najskupljih. Međutim, to je jedini način da se srpska privreda pripremi za globalnu konkurenciju i punopravno članstvo u EU.

Koji su vaši prioriteti u negovanju bilateralnih odnosa naše dve zemlje tokom mandata u Srbiji?

Moji prioriteti u negovanju bilateralnih odnosa naše dve zemlje su višestruki i usmereni na zajednički rast i saradnju. Moj glavni cilj je da značajno unapredim put Srbije ka članstvu u Evropskoj uniji do 2027. godine, uz jačanje njenih veza sa političkim Zapadom. Pored toga, zaista bih volela da vidim više norveških kompanija koje rade ovde. Sektor zaštite životne sredine je posebno interesantan, posebno ako se uzme u obzir norveška ekspretiza kroz kompanije sa obimnim znanjem u oblastima kao što su tretman otpadnih voda i reciklaža. Jačanje saradnje u oblasti odbrane i bezbednosti je takođe od vitalnog značaja. Radiću na jačanju partnerstava u oblastima kao što su očuvanje mira, regionalna stabilnost i reforma sektora bezbednosti. Kulturne i obrazovne razmene su ključne za produbljivanje međusobnog razumevanja i prijateljstva. Podstićaću akademska partnerstva i kulturne programe koji zbližavaju naše ljude. Najzad, nešto što mi je veoma blisko je rad na osnaživanju žena u srpskom društvu, od povećanja njihovog učešća u privredi do sprečavanja nasilja nad ženama i devojčicama. Ovo je samo kratak pregled onoga čemu planiram da dam prioritet tokom svog mandata.

POTREBNI SU NAM LJUDI SA NAJVIŠIM INTEGRITETOM

Vera Nikolić Dimić,

izvršna direktorka Američke privredne komore u Srbiji

Najveći broj naših kompanija smatra da je korupcija najzastupljenija u javnim nabavkama i administrativnim postupcima i potpuno je jasno da je ovo oblast u kojoj su potrebne hrabre i odlučne mere, kao i ljudi sa najvišim integritetom

Karijeru je počela u velikim advokatskim kancelarijama koje su se 2000-ih tek pojavljivale u regionu, a radile su velike privatizacije, M&A, antimonopolsko i korporativno pravo i zastupale velike klijente, velika svetska imena koja su se tek pojavljivala na našem tržištu. Sve se to, priča Vera Nikolić Dimić, dešavalo nakon završenog Pravnog fakulteta u Beogradu, da bi dve godine kasnije, zbog izuzetnih akademskih rezultata, ali i sticajem srećnih okolnosti jer je jedan formular došao do nje, dobila punu Chevening stipendiju za magistraturu na Univerzitetu u Kembriđu, u Velikoj Britaniji, što je, prema njenim rečima, bilo izuzetno životno iskustvo.

„Nakon toga sam sedam godina bila direktorka regulatornih poslova i odnosa sa državom u kompaniji Vip mobile koja je tada bila deo Telekom Austrija grupe, odakle nosim divne uspomene na kompaniju koja je od start up-a narasla na kompaniju sa oko 1.500 zaposlenih. Odatle sam, željna promene i novih iskustava, došla u Američku privrednu komoru koja je jačala u vodeću privrednu asocijaciju sa članstvom od preko 260 vodećih kompanija u zemlji, kako američkih, tako internacionalnih i domaćih, u kojoj je dinamika radnog dana zagarantovana“, kaže Nikolić Dimić.

Kako ocenjujete poslovnu klimu u Srbiji danas, iz ugla velikih kompanija koje okuplja AmCham?

Američka privredna komora poslednjih deset godina radi istraživanje među svojim članicama o poslovnoj klimi i poverenju investitora. Poslednje istraživanje,

iz decembra prošle godine, pokazalo je da su prognoze nešto optimističnije u odnosu na prethodni period. Ta prosečna ocena je na skali od 1 do 5, između 2,9 i 3 i, iako ne previsoka, to je najbolja ocena od kada se istraživanje sprovodi.

Iz ugla naših članica, nastavak digitalne transformacije, sprovođenje zelene agende u energetici i zaštiti životne sredine, unapređenje zdravstvene zaštite, predvidljiva fiskalna politika i nastavak evropskih kao i regionalnih integracija, najznačajnije su oblasti za koje smatramo da mogu da pomognu u kreiranju atraktivnog poslovnog ambijenta u Srbiji.

Naravno, naša snažna želja je da se transformacija, približavanje evropskim vrednostima i reforme odvijaju brže i odlučnije, u interesu svih građana i poslovne zajednice.

Korupcija je oblast u kojoj je Srbija, prema međunarodnim merenjima, nazadovala prošle godine. Kakvo je vaše viđenje spremnosti države da se uhvati ukoštac sa korupcijom?

Iz ugla naših članica, smanjenje korupcije je punu deceniju jedna od najznačajnijih reformi koju je potrebno sprovesti, kako bi se unapredilo poslovno okruženje. Najveći broj naših kompanija smatra da je korupcija najzastupljenija u javnim nabavkama i administrativnim postupcima i potpuno je jasno da je ovo oblast u kojoj su potrebne hrabre i odlučne mere, kao i ljudi sa najvišim integritetom.



AmCham je u Srbiji pokrenula inicijativu Empower HER, čiji je cilj ekonomsko osnaživanje žena na radnim mestima, leaderskim pozicijama, kao i žena preduzetnica. Kako u okviru samih kompanija može da se radi na podsticanju rodne ravnopravnosti, osnaživanja žena i njihovog napretka na poslovnoj lestvici?

Pre godinu i po dana krenuli smo sa inicijativom osnaživanja žena u poslovnom okruženju, a krajem juna krećemo sa projektom „ONA zna“, u saradnji sa partnerima: Impact Hub, Erste banka, Razvojni centar Jablaničkog i Pčinjskog okruga. Nakon istraživanja među kompanijama članicama, kao i u Srbiji uopšte, želeli smo da kroz medijsku kampanju dodatno skrenemo pažnju javnosti na ovu temu. Ono što je vidljivo jeste da je potrebna sistemska podrška kompanija, društva i porodice jer karijera žene, nažalost, uglavnom naglo ide nadole nakon ostvarivanja materinstva. Potrebno je da se osvesti ova činjenica i da se obezbedi puna podrška zaposlenim mamama, naročito male dece, kako bi bile podržane i na radnom mestu i ohrabrene da prihvate važne uloge, bez osećaja, često nametnute, krivice, da nisu dovoljno dobre mame ako su na poslu, službenom putu i slično. Potrebni su balans i podrška.

U ženama se krije ogromna neiskorišćena ekonomska i društvena snaga. Svi znamo da se često dešava da mnoge sektore vode žene, ali je, opet, na vrhu muškarac.

Gde vidite najveće probleme, odnosno u kojim oblastima se žene najviše suočavaju sa rodnom diskriminacijom?

Te oblasti su mnogobrojne. Počev od prava na nasleđivanje, gde su žene često uskraćene, kao i generalno uloge u društvu gde se žene, čak i ako su formalno te koje donose odluku, suočavaju sa centrima moći i odlučivanja koji često leže kod muškaraca iz njihovog okruženja.

AmCham je pokrenula i program mentorstva „Žene u tehnologiji“. Kakva su iskustva i rezultati tog programa?

Da, ovo je „stari“ program, koji smo godinama imali. Iskustva u našim tehnološkim kompanijama su prilično dobra, ali se mora krenuti od osnovne škole gde se neće gajiti predrasude da žene mogu i moraju biti učiteljice, frizerke, negovateljice, već da mogu biti sjajne pronalazačice i najbolje inženjerke.

Postoje li razlike u prihvatanju žena kao liderki u Srbiji, na Balkanu i u razvijenim zemljama, konkretno u Americi?

Karijera žene, nažalost, uglavnom naglo ide nadole nakon ostvarivanja materinstva. Potrebno je da se osvesti ova činjenica i da se obezbedi puna podrška zaposlenim mamama, naročito male dece, kako bi bile podržane i na radnom mestu i ohrabrene da prihvate važne uloge, bez osećaja, često nametnute, krivice, da nisu dovoljno dobre mame ako su na poslu ili službenom putu

Mislim da je to manje-više problem koji je širi od Srbije i Balkana, ali svakako je više vezan za tradicionalna društva kojima i sami pripadamo. Naročito smo se tome vratili, čini mi se, nakon devedesetih. Utisak mi je da smo 70-ih ili 80-ih bolje stajali po nekim parametrima nego sada. Amerika je društvo gde se prilično otvoreno razgovara o ovim stvarima, pa utoliko je možda lakše. Ali, nije zgoreg ponoviti, sistemska podrška, podrška porodice da žene postignu mnogobrojne uloge koje se od njih očekuju i gde žele da se ostvare, apsolutno je neophodna.

Koliko vam je to što ste žena pomoglo, odnosno predstavljalo problem u dosadašnjoj karijeri? Da li ste se susretali sa rodnim predrasudama i kako na njih reagujete?

I sama sebi postavljam to pitanje. Verovatno bi najiskreniji odgovor bio da je negde pomoglo, a negde odmoglo. Žene su neuporedivo bolje u multitaskingu, diplomatiji, često i u komunikaciji. Verovatno je predrasuda bilo, i dalje ih ima, a one često dolaze i od samih žena, jer nismo učene da ohrabrujemo druge žene u okruženju.

Koja je najvažnija lekcija iz liderstva koju ste naučili tokom svoje karijere?

Upornost. I ostati svoj/svoja.



UMETNIK TREBA DA BRANI ISTINU

Svetlana Bojković,

pozorišna, televizijska i filmska glumica

U našoj zemlji i društvu sada caruju laž i korupcija, dok kriminal i nasilje sve više uzimaju maha. Uništava se priroda, prodaju se državni resursi, urušene su institucije, guše se obrazovanje i kultura, brišu se ljudska prava, srušen je sistem vrednosti. Najviše me, svakodnevno, pogađa zagađen javni prostor u kome nema morala, u kome je iščezla kultura pristojnog dijaloga, a taj prostor preuzimaju drskost, bahatost, spinovanje i prostakluk. Duboko verujem da istinski umetnik treba da ima ulogu svetionika u mračnom i turbulentnom vremenu, kako svojim delom na umetničkom planu, tako i svojim javnim istupanjem u društvu, braneći istinu i prave vrednosti

Svetlana Bojković, jedna od naših najcenjenijih i najpoznatijih glumica, svojom bogatom karijerom koja traje duže od pet decenija izuzetno je doprinela srpskoj pozorišnoj, filmskoj i televizijskoj sceni. U svom glumačkom opusu ima veliki broj zapaženih filmskih i pozorišnih uloga, a dobitnica je i brojnih nagrada, među kojima su i Dobričin prsten, Velika Žanka, Nagrada Pavle Vuisić, Nušićeva nagrada, Oktobarska nagrada, Sterijina nagrade i mnoge druge. Prepoznata i kao osoba sa integritetom, mnoge su poslednjih godina zadivila njen aktivizam i borba za zemlju u kojoj živimo.

Kako vidite trenutno stanje u zemlji, društvu, kulturi, obrazovanju? Šta vas najviše pogađa?

U našoj zemlji i društvu sada caruju laž i korupcija, dok kriminal i nasilje sve više uzimaju maha. Uništava se priroda, prodaju se državni resursi, urušene su institucije, guše se obrazovanje i kultura, brišu se ljudska prava, srušen je sistem vrednosti. Najviše me, svakodnevno, pogađa zagađen javni prostor u kome nema morala, u kome je iščezla kultura pristojnog dijaloga, a taj prostor preuzimaju drskost, bahatost, spinovanje i prostakluk.

Mnogi vas prepoznaju kao jednu od najsnažnijih žena u Srbiji. Odakle crpate energiju za vaš aktivizam i borbu za ovu zemlju i ljude koji tu žive?

Moja energija se, očigledno, budi kao reakcija, kao nepristajanje na loše pojave u našem društvu, koje nas vode u sunovrat. Stasala sam u vremenu kada su obrazovanje, stručnost i poslovni moral bili osnova društvenog života u zemlji. Pamtim bolja vremena.

U prvim redovima ste bili na mnogim protestima vezanim za zaštitu životne sredine. Koji trenutak vezan za ta iskustva „sa terena“ biste izdvojili kao poseban?

Počelo je u bari Revi, kada sam se odazvala na poziv ekoloških aktivista da se odbrani tamošnji biodiverzitet od deponije građevinskog otpada koji ga je ozbiljno ugrozio. Tada je, upravo, naišao kamion, spreman da izruči novi otpad. Krenula sam mu u susret i hodala dok se nije zaustavio. Vratio se ne izručivši svoj teret. Posle toga krenula je akcija, kojom je spasena bara Reva. Kasnije sam odlazila u Gornje Nedeljice sa svojim kolegama da pružimo podršku meštanima i na njihovom terenu vidimo taj prostor, koji je već okupirao Rio Tinto u nameri da otvori rudnik litijuma u dogovoru sa vlastima. To bi značilo da se ljudi tamo izmeste sa svojih imanja, da prestanu da proizvode hranu i da se ceo teren pretvori zauvek u pustinju, uz trovanje reka Drine, Korenite, koje otrovni otpad nose dalje u naš rečni sliv. Usledili su veliki protesti na kojima sam i ja učestvovala.



Foto: Nebojša Babić

Da li ste doživeli neprijatnosti, na poslovnom ili privatnom planu, zbog vašeg aktivizma i iskrenosti?

Da, doživela sam neprijatnosti i na poslovnom i na privatnom planu.

Kako doživljavate ulogu umetnika u društvu, pogotovo u vremenima izgubljenih vrednosti u kakvim danas živimo?

Duboko verujem da istinski umetnik treba da ima ulogu svetionika u mračnom i turbulentnom vremenu, kako svojim delom na umetničkom planu, tako i svojim javnim istupanjem u društvu, braneći istinu i prave vrednosti.

Kakvo mišljenje imate o tome koliko se u Srbiji izdvaja za kulturu i u šta se ulaže?

Naša vlast izdvaja za kulturu manje od jedan odsto budžeta, što je ispod minimuma koji Ujedinjene nacije smatraju prihvatljivim. S druge strane, naša vlast koristi istu metodologiju manipulacije stanovništvom, koja je dobila svoj naziv još u staro rimsko doba - HLEBA I IGARA. I na to se troši novac.

Kakav odnos država ima prema kulturi?

Čime može da se pohvali zemlja koja iz svog budžeta izdvaja tako malo za kulturu, kao naša? Živela sam jedno vreme u Finskoj, koja je iz svog budžeta izdvajala 12 odsto za nauku, kulturu i obrazovanje, što je iznosilo više od 10 milijardi godišnje.

Šta da se misli, ako Slovenija izdvaja šest puta više od Srbije, a Srbija tri puta manje od Hrvatske i dva puta manje od Crne Gore? Kako da očekujemo očuvanje sopstvenog identiteta u ovakvim uslovima?

Nedavno je Radio Slobodna Evropa objavio da je u Srbiji ukinut postojeći propis, po kojem su nacionalni TV programi bili u obavezi da imaju više od 20 odsto dečjeg, obrazovnog, kulturnog i dokumentarnog programa. Tim postupkom je, znači, ukinuta još jedna mogućnost podizanja obrazovanja i prosvetavanja ljudi putem medija. Zaista, žalosno.

Pozorišta su puna, ali ipak ostaju pitanja, kako se od pozorišta živi i uspevaju li dramski umetnici da sačuvaju sa jedne strane dostojanstvo profesije, a sa druge strane i kvalitet predstava u današnje vreme?

Od pozorišta se ne može udobno živeti i velika je borba da se održi dostojanstvo profesije. Što se tiče kvaliteta

predstave, u institucionalnim pozorištima, tu pozorišna kuća, iako siromašna, brine o tome i uspeva da ga održi. Sa druge strane, postoji mnogo malih slobodnih pozorišnih produkcija, gde se igra u raznim prostorima, dosta se ide na gostovanja. Tu je veliko šarenilo i kvalitet zavisi najviše od samih glumaca.

Vi aktivno glumite u beogradskim pozorištima, idete i na gostovanja širom Srbije. Kako uspevate da održite tu snagu, elan i entuzijazam?

Da, još uvek sam aktivna. Elan i snagu mi daju vera i ljubav za profesiju, koja je veliki i ozbiljan deo moga života. Ima, zaista, neke magije u susretu sa živom publikom...

Bez obzira na profesiju kojom se čovek bavi, kažu da nije najteže uspeti, nego opstati. Kako se to postiže, šta biste rekli ženama koje su tek na početku i imaju energiju i ambiciju da uspeju?

Opstati znači sačuvati u sebi želju za radom, ljubav, radoznalost, samokritičnost, istraživanje i ulaganje u sopstveni napredak.

Da li su vas uloge pronalazile kroz karijeru ili ste im išli u susret i koju ulogu biste (a da niste još imali prilike da je igrate) danas izabrali za sebe?

Nisam stizala, tokom svih ovih godina, da idem u susret ulogama. One su me uvek sustizale. Imala sam sreću da kontinuirano radim. Danas ne razmišljam o tome šta bih želela. Mislim da je dovoljno da znam šta ne bih. Volim komediju.

Ima li u Srbiji danas mladih ljudi kod kojih prepoznajete sposobnost i volju da se bore za bolje društvo?

Ima pametnih, obrazovanih i vaspitanih mladih ljudi, koji jako dobro uočavaju nedostatke u našem društvu i pokazuju volju da se bore. Vidala sam ih na protestima, viđam ih vrlo često dok hodam gradom. Razgovaramo o onome što ih muči. Svedoci smo represije koja im se dešavala na protestima, što je, možda, ograničavajući momenat da ih bude još više, pošto aktivno učešće na protestu može da bude prepreka njihovom zapošljavanju.

Svoju umetničko-glumačku zaostavštinu poklonili ste Udruženju za kulturu, umetnost i međunarodnu saradnju Adligat. Zašto ste se odlučili za taj potez?

Bila sam u poseti Adligatu i ostala zadivljena njihovim



Opstati znači sačuvati u sebi želju za radom, ljubav, radoznalost, samokritičnost, istraživanje i ulaganje u sopstveni napredak

radom, odnosom prema kulturi i umetnosti, kao i brižljivo sakupljanim i čuvanim zaostavštinama. To šta su tamo sve sakupili, neprocenjive je vrednosti.

Vi ste bili i danas ste uzor mnogim ženama. Da li biste izdvojili neku žensku osobu koja je imala veliki uticaj na vaš život, da li kao uzor ili kao neko ko vam je preneo važne lekcije?

Zauvek sam upamtila moju dragu profesorku klavira u srednjoj muzičkoj školi „Josip Slavenski“, Miroslavu Lili Petrović. Ona mi je na svoj čudesan način otvorila vrata umetnosti, što se posle niza godina u meni povezalo sa glumom. Od glumica, divila sam se Miri Stupici, Ljiljani Krstić, Raheli Ferari. U mladosti, čeznula sam za tim da im se jednoga dana, na svoj način, približim u glumačkoj igri.

TRUDIM SE DA VODIM LIČNIM PRIMEROM

Violeta Jovanović,

izvršna direktorka Nacionalne alijanse za lokalni ekonomski razvoj (NALED)

Ne verujem u nametanje rešenja, kao ni u formu bez suštine. Naše društvo, ne samo danas, nego istorijski, daje nadu da se zalaganjem većine, kako žena tako i muškaraca, kreće prema ostvarenju rodne ravnopravnosti. Potrebno je da imamo više vere u sebe i svoje mogućnosti. Ništa ne osnažuje više od preuzimanja odgovornosti za svoju budućnost

Nacionalna alijansa za lokalni ekonomski razvoj - NALED formirana je 2007. godine kao potpuno originalna platforma za dijalog javnog, privatnog i civilnog sektora.

„U njegovom razvoju nismo imali model na koji bismo se ugledali, nego smo stvarali nova rešenja. Izazovi su bili ogromni, ali i prilike. U NALED-u sam prošla sve faze od prvog i jedinog zaposlenog do izvršnog direktora. Rasli smo zajedno. Rezultati i imidž organizacije privlačili su izuzetne pojedince koji su je dalje razvijali. Tim je rastao i sada nas ima blizu sto. Broj i ljudski kvaliteti mojih kolega čine me ponosnom. Trudim se da vodim ličnim primerom, prihvatam izazove i radim poslove potrebne za napredak organizacije“, kaže.

Kako su se razvijali vaša karijera i usavršavanje u oblasti lokalnog razvoja pre NALED-a?

Životne okolnosti su me kratko po završetku studija dovele u priliku da počnem da radim za program USAID-a u Vukovaru, što mi je otvorilo sasvim novi karijerni horizont i vrata za rad na projektima koji će kasnije dovesti do Etno-mreže i NALED-a. Kroz USAID sam zakoračila u svet projekata i donatorskih organizacija koje su umnogome odredile moj karijerni put. Istovremeno sam usvojila nove modele razvoja gradova i opština kroz koncept lokalnog razvoja i javno-privatnog dijaloga koji se temelji na angažovanim i

preduzimljivim građanima i otvorenim institucijama. Programi obuke u SAD i širom sveta su mi pomogli da proširim svoju perspektivu i uđem u specifične teme poput geografske oznake, intelektualne svojine i zaštite nasleđa, ali i marketinga, komunikacija i javnog zagovaranja.

Od 100 preporuka privrede iz Sive knjige koju izdaje NALED, državne institucije godišnje u proseku usvoje 12. Da li ste zadovoljni tim tempom i kako generalno ocenjujete brzinu i kvalitet sprovođenja privrednih reformi u Srbiji?

U NALED-u mislimo da uvek može bolje. Od ukupno 320 jedinstvenih preporuka koje su prošle kroz Sivu knjigu, svaka druga je realizovana. Neke u potpunosti, neke delimično. Posebno smo ponosni što su na ovaj način rešeni veliki problemi privrede, to je postignuto ukidanjem pečata i radne knjižice, ali i uvođenjem elektronskog izdavanja građevinskih dozvola i prijave radnika. Želimo da sa novoformiranom Vladom radimo na reformama koje se zbog nedostatka političke volje dugo odlažu, kao što su pitanja upisa u katastar i legalizacije.

Koje preporuke NALED-a u oblasti osnaživanja žena su predlagane do sada? Šta je usvojeno a šta još stoji na čekanju?



Suštinski pomak ostvaren je izmenama Zakona o katastru iz 2019. Osigurano je da se imovina koja je stečena u braku, upisuje ravnopravno na oba supružnika, ukoliko se ne izjasne drugačije. To je veliki doprinos rodnoj ravnopravnosti, unapređenju položaja žena u društvu, kao i jačanju njihovog samopouzdanja. Ispunjena je i preporuka Sive knjige o pojednostavljivanju procedure za ostvarivanje prava na porodiljsku naknadu, koja je ranije brojala neverovatnih 86 papira. Nakon decenijskog zalaganja sektora solidarne ekonomije i NALED-a, usvojen je Zakon o socijalnom preduzetništvu koji otvara prostor za institucionalnu podršku osetljivim grupama, uključujući i žene. U saradnji sa sektorom, pripremaju se predlozi konkretnih mera podrške kroz Program razvoja socijalnog preduzetništva koji će otvoriti značajne fondove za ove namene.

Na čelu ste udruženja Etno-mreža. Kakva je pozicija žena na selu i kakvom vidu diskriminacije i predrasuda su one izložene, pošto se često govori da je njihova pozicija znatno teža nego žena u većim gradovima?

Neophodna su nam sistemska rešenja za osnaživanje žena u ruralnim područjima. Oko 90 odsto njih nema zemljište u svom vlasništvu, čak tri od četiri nisu plaćene za svoj rad, a 60 odsto ne uspeva da ostvari pravo na penziju. Od njih se neretko očekuje da preuzmu rodno nametnute uloge i da ih postave iznad ličnih ambicija. Kroz Etno-mrežu pružamo ženama podršku da se osnaže i ostvare. Radimo na edukaciji i stvaranju uslova za rad. Organizujemo kolonije starih tehnika i izložbe na kojima žene razmenjuju iskustva, predstavljaju svoj proizvode i dobijaju nagrade za svoj trud.

Koliko ženama iz ruralnih sredina pomažu projekti kojima se podstiče žensko preduzetništvo u ekonomskom osamostaljivanju i kako obezbediti održivost?

Etno mreža, od svog osnivanja 2005. godine, kao krovna asocijacija proizvođača rukotvorina iz cele Srbije, za svoj cilj ima osnaživanje žena, zaštitu našeg nasleđa i lokalni ekonomski razvoj. Sprovodimo konkretne mere podrške. Uspeli smo da ostvarimo saradnju sa državnim institucijama i lokalnim samoupravama, koje su uvrstile rukotvorine u protokolarnu poklone, a to počinje da radi i sve veći broj društveno odgovornih kompanija. Da bi ovaj sektor nastavio da se razvija potrebni su prilagođeni programi podrške koji odgovaraju potrebama

Zalažemo se za sveobuhvatnu strategiju prevazilaženja efekta staklene tavanice, iz koje bi proizašao program podrške ženama u svim oblastima. Ostvarenje punog potencijala žena nije samo pravedan, nego je i ključan razvojni cilj za naše društvo

i ekonomskom profilu žena kao ciljne grupe. Trenutno su programi podrške uglavnom usmereni na razvijene biznise sa izvorima za sufinansiranje i zalogom koji mogu da obezbede za dobijanje kredita. Potrebni su nam programi podrške za početnice, za samozapošljavanje žena i pokretanje mikrobiznisa, jer se žene primarno opredeljuju za otvaranje preduzetničkih radnji u oblasti usluga, kao forme samozapošljavanja.

Podaci upravo i pokazuju da su žene u Srbiji uglavnom vlasnice mikro i malih firmi i da im je često teško da razviju posao. Šta vidite kao razlog za to?

NALED je analizirao kakva je praksa u dodeli sredstava na državnim konkursima. Svega 17 odsto ide firmama i organizacijama kojima rukovode žene. To jasno govori o disproportiji koju je potrebno promeniti. Takođe, jedna od stvari koja je posebno problematična jeste mogućnost da firme koje vode žene uzmu kredit, da založe imovinu kao kolateral, što je često jedan od eliminišućih faktora. Zalažemo se za izradu dugoročne i sveobuhvatne strategije podrške razvoju ženskog preduzetništva u Srbiji, koja će krenuti od obrazovnog sistema koji razvija osnove za ostvarenje rodne ravnopravnosti.

U većini zemalja, pa tako i u Srbiji žene u znatno manjem procentu u odnosu na muškarce zauzimaju rukovodeće pozicije u kompanijama. Smatrate li da su kvote rešenje za taj problem i šta vidite kao prednosti, a šta su mane takve politike? Značajna i izuzetno složena tema. Ona zadire u samu osnovu shvatanja uloge države i njenog odnosa sa privredom, odnosno različite političke filozofije. Otvara



NALED ima imidž dominantno ženske organizacije i sa zadovoljstvom mogu da potvrdim da je on opravdan

pitanja jednakosti, ishoda prema jednakosti šansi, ali i tzv. staklene tavanice. Ne verujem u nametanje rešenja, kao ni u formu bez suštine. Naše društvo, ne samo danas, nego istorijski, daje nadu da se zalaganjem većine, kako žena tako i muškaraca, kreće prema ostvarenju rodne ravnopravnosti. Potrebno je da imamo više vere u sebe i svoje mogućnosti. Ništa ne osnažuje više od preuzimanja odgovornosti za svoju budućnost.

Kako birate tim ljudi sa kojima radite? Kakav uticaj imate na druge žene u organizaciji i kako gledate na značaj međusobne podrške žena i mentorstva?

NALED čini tim koji radi sa mnogo energije i znanja i to su vrednosti koje negujemo. Svi smo jake ličnosti, ali i odlični timski igrači. To je osnov našeg uspeha. Okružena sam izuzetnim ženama i jedne drugima smo motivacija i podrška. NALED ima imidž dominantno ženske organizacije i sa zadovoljstvom mogu da potvrdim da je on opravdan.

Kako biste ohrabрили mlade žene koje žele da izgrade karijeru i postanu liderke u svom poslu?

Ostvarenje rodne ravnopravnosti je u našim rukama. Na nama je da vredno radimo i da se zalažemo za opšte dobro. Zbog ostataka patrijarhata, ukorenjenih predrasuda o njihovoj životnoj ulozi, žene nailaze na brojne prepreke na putu ka uspehu. Posebno kada požele da svoja znanja i iskustva iskoriste na upravljačkim pozicijama. Zalažemo se za sveobuhvatnu strategiju prevazilaženja efekta staklene tavanice iz koje bi proizašao program podrške ženama u svim oblastima. Ostvarenje punog potencijala žena nije samo pravedan, nego je i ključan razvojni cilj za naše društvo.

Kako ste se na početku svoje karijere odnosili prema postojećim strukturama moći u društvu i poslovnom svetu, kao i rodnim predrasudama i diskriminaciji, a kako danas? Šta se promenilo?

Poslovno i društveno okruženje nikada nije bilo i verovatno nikada neće biti savršeno. Nažalost, diskriminacija prema polu nije jedina sa kojom se suočavamo. Naravno, neophodno nam je konstantno unapređivanje svih regulatornih okvira, od državnih do onih u kompanijama, ali i nešto bez čega nijedna zajednica ne može da napreduje, visoki etički standardi, svest o javnom interesu, naporan rad, pravednost i solidarnost. To su univerzalne i trajne vrednosti kojima se vodim u poslovnim odlukama i privatnom životu.

NA BALKANU SE MIZOGINIJA PRAVDA DUHOVITOŠĆU

Elena Popović,

sekretarka i generalna pravna zastupnica Media Development Investment Fund (MDIF) sa sedištem u Njujorku

Balkanska specifičnost je što i svetovni i duhovni lideri često sopstvenu mizoginiju pravdaju duhovitošću. Samo na Balkanu neko ko kaže da voli kad žene (novinari) kleče, može da opstane u javnom sektoru. Žene čine jedan veliki i izuzetno kvalitetan i posvećen deo radne snage i to bi trebalo da ih ohrabri da budu otpornije na pritisak. Za to su potrebni i glasnost i pozivanje na odgovornost

„Moja karijera nije bila pravolinijska, niti se podudarala sa onim što sam planirala. Ona je, pre svega, obeležena ratom koji je počeo baš te godine kada sam diplomirala na Pravnom fakultetu u Beogradu i maštala o tome da ostanem na katedri za međunarodno privatno pravo gde sam upravo započela magistarske studije“, priča Elena Popović. Okolnosti su je gurale u nekom drugom smeru koji će, ispostaviće se, postati i njena vokacija. Počela je da se bavi ljudskim pravima u okviru Centra za antiratnu akciju (CAA), a potom u Helsinškom odboru za ljudska prava. Međutim, nakon što je položila usmeni magistarski i završila advokatsku pripravnčku praksu, rešila je da ode iz zemlje i počne iz početka.

Kako je došlo do toga da počnete da radite u MDIF-u?

Više od rata, moju karijeru su oblikovali veliki ljudi: od profesora Vojina Dimitrijevića u Veću za ljudska prava CAA koji je prepoznao i podržao želju da se doprinese društvenom boljitku; preko dekana Hasting College of the Law (University of California) u San Francusku T. F. Read-a, koji je učinio praktično nemoguće, a to je da, uprkos sankcijama, realizuje stipendiju za specijalističke studije koju sam dobila od Hastings-a i pokaže kako se uvek može naći ispravan put tamo gde postoje upornost, integritet i kreativnost; pa do J. Paul Martin-a sa School of International Public Affairs na Columbia University, koji je postao moj uzor i nedostižni model za toleranciju i razumevanje. Sa tim vetrom u leđa, preselila sam se u New York, gde sam paralelno radila i studirala dok nisam ispunila uslove za

polaganje pravosudnog ispita u državi New York. To je taj trenutak u kome se ispostavilo da to što sam racionalno planirala sa jednom od najprestižnijih advokatskih licenci nije baš ono u čemu vidim sebe. Uz imenovanje za glavnog pravnog savetnika u Media Development Investment Fund (MDIF), odlučila sam da u MDIF-u ostanem još par godina, pa još par i još par, i eto sada gledam unazad na 27 godina rada u Fondu.

Kada je i zašto došlo do osnivanja MDIF-a?

MDIF su 1995. godine osnovala dva odlična novinara – Saša Vučinić iz Beograda (NON, B92) i Stuart Aurbach iz Vašingtona (Washington Post) čiji su se putevi ukrstili u Pragu na poslovima medijskog konsaltinga u vreme demokratske i tržišne tranzicije bivših komunističkih zemalja centralne i istočne Evrope. U to vreme, mnogi nezavisni mediji dobijali su donacije različitih nevladinih organizacija, fondacija, agencija za razvoj i ambasada demokratskih zemalja. Na osnovu onoga što su videli od Poljske do Kazahstana i na osnovu Sašinog iskustva iz bivše Jugoslavije, njih dvojica su smatrali da je daleko bolji način za podršku medijima omogućiti im pristup nezavisnom i strpljivom kapitalu pod povoljnim uslovima uz pomoć u izgradnji održivog medijskog biznisa. Njihova teza je bila ta da samo finansijski nezavisni mediji mogu biti u potpunosti i istinski nezavisni u svojoj uređivačkoj politici. Maštali su o banci koja bi davala kredite medijima u vreme kada ni banke na Zapadu nisu imale previše razumevanja za medije. Na osnovu saveta advokata, umesto banke za



Autokratski režimi, od Tirane do Beograda, pomogli su potpunu polarizaciju društava, pa time i medija, i svesno stvarali atmosferu u kojoj se činjenice obesmišljavaju, istorija prekraja, a narativ diktiran iz centra pretvara u dominantni u nadi da će sto puta ponovljena laž postati istina

koju su postojale ozbiljne pravne prepreke, osnovali su neprofitni fond za razvoj medija. Fond je prepoznat kao neprofitni fond na osnovu njujorškog Zakona o korporacijama koje se ne osnivaju prvenstveno zbog profita (New York Not-for-Profit Corporations Law) i američkog saveznog poreskog kodeksa koji prepoznaje da se investicije mogu davati i u programske, obrazovne i druge neprofitne svrhe. Dakle, mnogo pre nego što su se iskristalisale ideje o društveno odgovornom investiranju, impact-investing i investiranju sa dva ili više ciljeva, MDIF (u to vreme MDLF) je počeo da investira u medije pod okriljem program - i mission-related investments.

Kako ocenjujete stanje u medijima u zemljama Zapadnog Balkana?

Sve zemlje Zapadnog Balkana odlikuje dominantno prisustvo medija preuzetih od strane autokratskih režima i vladajućih oligarhija, kao i apsolutna satanizacija nezavisnih medija koja prirodno rezultira u nejednakoj tržišnoj borbi, a sve to na ionako malim i siromašnim medijskim tržištima. Autokratski režimi od Tirane do Beograda, pomogli su potpunu polarizaciju društava, pa time i medija, i svesno stvarali atmosferu u kojoj se činjenice obesmišljavaju, istorija prekraja, a narativ diktiran iz centra pretvara u dominantni u nadi da će sto puta ponovljena laž postati istina. Svi ti režimi teže organizaciji medija i do te mere su se okuražili u svojim nastojanjima da, nakon jedne faze gde je izgledalo da se fizičko nasilje nad novinarima na neki način izobičajilo upotrebom sofisticiranih metoda gušenja medija, sada ponovo imamo situaciju povratka nasilne bahatosti prema struci u kojoj premijer jedne zemlje može da fizički odgurne novinarku bez ikakvih konsekvenci. Sudbina suđenja za ubistvo Slavka Ćuruvije mogla je da iznenadi samo naivne. O vredanju i pretnjama, posebno ženama, novinarima, da ne govorim. Pored proliferacije dezinformacija, to svesno devalviranje činjenica i istine, rezultiralo je u generacijama koje gube interesovanje za vesti, informisanost i opšti društveni narativ. Osvešćenost dopire samo do ličnog i hiperlokalnog. Zato smo se odlučili da u okviru MDIF-a pokrenemo fokusirani MDIF Fond za Zapadni Balkan, kao mesto nade i razvoja za nove medije, medije u razvoju, ali i već prisutne medijske igrače, kao i za one koji inoviraju i razvijaju tehnološka rešenja za medije. Ideja je da kroz regionalni fond omogućimo pristup adekvatnom investiranju u medije i podršku u rastu i razvoju kroz višedecenijska znanja iz MDIF portfolija. Uvereni smo da su čitavom regionu duboko potrebni pluralizam i saradnja svih ljudi, platformi i medija koji su povezani na pravim i univerzalnim vrednostima i principima.

Prema nekim procenama, sloboda medija u Srbiji je na najgorem nivou u poslednje 22 godine. Koji su najveći izazovi sa kojima se nezavisni mediji u Srbiji suočavaju?

Prema izveštaju Reportera bez granica za ovu godinu, Srbija je po indeksu slobode medija, među 180 zemalja u svetu, na 98. mestu. To je pad za sedam mesta u odnosu na prethodnu godinu. Severna Makedonija je na 35. mestu, Crna Gora na 40. mestu, Kosovo na 75., Bosna i Hercegovina na 81. mestu, a Albanija na 99. Na celom Zapadnom Balkanu stanje slobode medija je pogoršano, a najveći pad zabeležen je na Kosovu, koje je za 19 mesta lošije plasirano nego prethodne godine. Jedino je Severna Makedonija napredovala za dva mesta, ali pre svega zbog pogoršane situacije u ostalom delu regiona, a ne realnog poboljšanja.

Tradicionalni mediji u Srbiji su ili u potpunosti preuzeti ili, ako su nezavisni, funkcionišu pod pritiskom do sada neviđenom na ovom prostoru, od onemogućavanja pristupa izvorima do najbezočnijeg zastrašivanja i crtanja meta. Politički pritisak vuče za sobom i nelojalnu konkurenciju na malom tržištu sa velikim pritiskom na plate, koja onemogućava najveći broj redakcija i biznisa da obezbedi dobre ljudske resurse. Meka cenzura i autocenzura su sveprisutne, a pristup kapitalu uglavnom uslovljen poslušnošću. Pred prošlogodišnje izbore, izgledalo je na momente kao da čekamo da neko poslednji izađe i ugasi svetlo.

Međutim, novinarstvo je jedna od najupornijih i najotpornijih profesija. Zato mi svuda, a naročito u sledećoj generaciji, vidimo iskricice koje se mogu pretvoriti u nova svetla. Upravo iz tog razloga, ponovo se fokusiramo na region, sa dovoljno kapitala i resursa da podržimo i te iskričave nove medije i oblike diseminacije informacija, kao i tradicionalne medije.

Dugo ste živeli u Americi. Da li možete da uporedite stepen osnaženosti žena i mogućnosti da ostvare karijeru u Americi u odnosu na žene u Srbiji? Koje su rodne predrasude slične u oba sveta, a šta su balkanske specifičnosti?

Amerika je velika i raznorodna zemlja i često se izgubi iz vida da, kada pravimo ovakve paralele, uglavnom mislimo na razvijene obale, poslovno dominantne i liberalne delove SAD. Postoji i ona druga, konzervativna i patrijarhalna Amerika, koja je zastrašujuća i obeshrabrujuća. Velika prednost je to što je u Americi feminizam pripremio solidan put ka ravnopravnosti, tako da su se neki aspirativni modeli pretvorili i u konkretne pravne okvire, kao što su principi jednakog zapošljavanja i jednakih plata. Ima puno toga na čemu još treba da se radi, naročito na potonjem, ali je to sve mnogo lakše kada postoji nezavisno sudstvo u kome, u krajnjoj



liniji, za to možete da se izborite, kao i mediji koji o tome znaju da izveštavaju a da to pitanje ne pretvore u jeftino podsmevanje ili reality show.

Predrasude su, kada postoje, gotovo identične: da žene nisu za neke poslove, da su emotivne (a ista osobina bi se muškarcu pripisala kao strast ka nečemu), da ne mogu da izbalansiraju porodicu i karijeru te da su zbog toga manje produktivne, da će u nekom trenutku odustati i otići jer je porodica prioritet i slično. Balkanska specifičnost je ta što i svetovni i duhovni lideri često svesno ili nesvesno neguju baš tu sliku, i sopstvenu mizoginiju pravdaju duhovitošću. Samo na Balkanu neko ko kaže da voli kad žene (novinari) kleče, može da opstane u javnom sektoru. Nažalost, svedoci smo i trampizacije Amerike, izvlačenja na svetlo dana i to sa budalastim ponosom, upravo tih najstrašnijih mizoginih oblika ponašanja.

Šta u društvu mora da se promeni da bi rodna ravnopravnost zaista bila postignuta?

Žene moraju pre svega postati svesne svoje snage i svoje moći. Zamislite samo jedan dan štrajka svih žena u svakom segmentu društva, i kod kuće i na poslu. Sve bi stalo! Žene čine jedan veliki i izuzetno kvalitetan i posvećen deo radne snage i to bi trebalo da ih ohrabri da budu otpornije na pritisak. Za to su potrebni i glasnost i pozivanje na odgovornost. Muškarci su, na primer, oberučke prihvatili plaćeno odsustvo zbog rođenja ili usvajanja deteta. Sada treba da prihvate i obaveze koje

idu uz to. Oni treba da usvoje da je potrebno i da mogu da kažu „ne mogu da prihvatim sastanak u to vreme jer moram da odvedem dete kod lekara/u vrtić/iz škole“. Ne smemo dozvoliti da tako nešto izgovaraju samo žene i ne radi se samo o odnosu majke i dece; radi se o bilo kakvoj obavezi prema bližnjima, bili oni porodica ili prijatelji ili neka lično bitna zajednica. Samo na taj način možemo graditi društvene zajednice u kojima nije samo uspeh u karijeri bitan, nego su bitni i drugi oblici društvenog i ličnog angažmana. I samo tako možemo ostvariti ravnopravnost. Bez toga, samo žene koje imaju uslove da imaju plaćenu ili neplaćenu podršku, mogu da stignu do vrha.

Šta je za ženu, po vašem mišljenju i iskustvu, presudno za uspeh i opstanak u poslu?

Sve isto što i za muškarca: znanje, želja, posvećenost i rad. U tome smo zaista i ostvarile ravnopravnost. Uz to je svima, bez obzira na rod, potrebna i sposobnost da odrede i balansiraju prioritete, kao i podrška najbližih, samo što tom teritorijom suvereno vladaju muškarci jer su uredili svet po svojoj meri. To se za njih ne dovodi u pitanje i podrazumeva se i očekuje. I glasno negoduju kada nema tog balansa i podrške. Žene za to moraju da se izbore, a za to su potrebne i hrabrost i solidarnost. Da parafraziram jednu jaku ženu, najdublje mesto u paklu rezervisano je za žene koje ne pomažu drugim ženama na putu ka rodnoj ravnopravnosti. I potrebna je glasnost!

HUMANOST NIJE ISTA ZA SVE

Ana Knežević,

predsednica udruženja Evo ruka

Majke dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom se osećaju zanemareno i nepriznato. Njihov 24-časovni rad se ne valorizuje i vrlo često su žrtve stigme i diskriminacije. Imati bolesno dete je veliki teret, i to zaista može da razume samo onaj koji kroz to prolazi. Iako mi volimo da se hvalimo humanošću našeg društva, to zapravo ne važi za odnos prema ovim ženama

Udruženje Evo ruka je osnovano 2011. godine kada je Andrija, sin Ane Knežević, imao šest godina. Bilo je vreme odluke o tome u koju školu će da ide i tada su se menjali zakoni.

„Deca sa smetnjama u razvoju su konačno dobila priliku da se školuju u redovnim školama, a mi koji su imali decu koja ne mogu samostalno da borave u školi smo imali osećaj da nemamo dovoljno podrške“, priča ona i dodaje da u njihovoj opštini tada nije postojalo nijedno udruženje za decu sa invaliditetom.

„Shvatila sam da ne mogu da se borim sama i da je veoma važno da imam svoju organizaciju. To sam shvatila na jednom seminaru za roditelje u Mataruškoj banji, gde sam se prvi put našla među 40 roditelja dece sa različitim smetnjama iz cele Srbije, različitog uzrasta, dijagnoza i socijalnih statusa. Njih su na taj put poslala njihova matična udruženja. Ja sam imala potrebu da budem jedna od tih koji organizuju. Takođe sam shvatila da na seminare i na edukacije ne mogu da idem kao Ana Knežević, Andrijina mama, već kao član udruženja. Takođe sam vrlo brzo shvatila i da kao udruženje imam drugačiji položaj prema odgovornim institucijama (škola, vrtić, opština, centar za socijalni rad...) i da kada smo vlasnik pečata, imamo snagu institucije i zastupamo veći broj ljudi a ne samo sebe“, kaže Ana Knežević.

U početku su želeli da se, kao lokalna organizacija, bore za prava svih osoba sa invaliditetom na opštini Zemun, ali su se ubrzo fokusirali na decu školskog uzrasta, mlade osobe sa intelektualnim teškoćama i podršku majkama i celoj porodici. Rade na lokalnom nivou, ali i na teritoriji cele Srbije.

Stalno se razvijate i uvodite nove projekte i programe. Na koje ste projekte najviše ponosni do sada?

S obzirom na to da sam i sama majka deteta sa smetnjama u razvoju, koje već sada spada u kategoriju mlade osobe sa invaliditetom, svi programi koje sam predlagala i uvodila sa svojim saradnicima i saradnicama su odgovor na stvarne potrebe na terenu. Projekat Inkluzivni centar je odgovor na potrebu da u svom komšiluku imam prostor u koji mogu da dođem sa svojim ometenim detetom i celom porodicom i da se tamo osećamo na svom terenu. Taj prostor je topao i podseća na selo kod bake, a sve u njemu je podređeno našim potrebama i našoj deci. Oduvek smo imali otpor prema vožnji kolima na razne terapije, pa je Inkluzivni centar i mesto gde terapeuti i radioničari dolaze nama u susret, često i kao obični prijatelji a ne samo kao terapeuti. Letnja škola za decu i mlade osobe sa invaliditetom je veoma važan projekat koji sprovodimo već desetu godinu zaredom, kao odgovor na vapaj roditelja školske dece za podrškom tokom letnjeg raspusta. Ove školske godine smo započeli pilotiranje programa Klub za mlade osobe sa intelektualnim teškoćama nakon završetka formalnog obrazovanja. Ovo je veoma važno pitanje socijalne uključenosti mladih osoba, jer oni ostaju potpuno bez podrške nakon završetka obrazovanja.

Imate i svoj podkast...

Posebno sam ponosna na projekat Stamena nije od kamena, kao i podkast koji vodim i čija sam autorka i voditeljka. Ženska mreža Stamena je mreža organizacija



***Odlučna sam i nepokolebljiva,
uporna i ponekad naporna.
Moja energija se obnavlja
zahvaljujući poslu koji radim i
zahvaljujući mojoj deci***

i pojedinaца koji žele da kontinuirano i organizovano pružaju podršku majkama bolesne i ometene dece. U podkastu obrađujemo različite teme i emocije u razgovoru dve majke koje su proživle slično iskustvo. Takođe, u pojedinim emisijama razgovaramo sa stručnjacima iz oblasti socijalne zaštite, zdravstvene zaštite i obrazovanja. Radimo konstantno na demistifikaciji tabua i pričamo o nepopularnim i teškim temama, na adekvatan način, bez senzacionalizma i patetike. Naša emisija je korisna i roditeljima i stručnjacima, ali i celom društvu da razume probleme odrastanja i života dece sa smetnjama u razvoju i njihovih roditelja i negovatelja.

Ponosna sam i na uspeh mog PR tima i našu kampanju prema javnosti, koja dolazi do sve većeg broja ljudi - roditelja, stručnjaka, donosilaca odluka i drugih građana.

Kako uspevate da opstanete više od 15 godina i kako birate tim ljudi sa kojima radite?

Kada sam započinjala razvoj organizacije i sa svojim prijateljima i saradnicima uspostavljala vrednosni sistem, definisala ciljeve i precizirala aktivnosti koje će nas do ostvarenja dovesti, zaista nisam imala predstavu da ova priča može da se razvije do ovih razmera. Mi smo bila mala grupa entuzijasta, altruista koji žele da menjaju svet i da reše problem dece sa smetnjama u razvoju u opštini Zemun. Vremenom smo prolazili kroz mnoge uspehe i padove, vizija se oblikovala, a misija ostajala uvek ista. Nije bilo lako održati započetu i planiranu dinamiku delanja, ali nam je vrlo značajna bila podrška dobrih ljudi i društveno odgovornih kompanija. Pisali smo projekte i neke i dobijali. Fleksibilni smo i saradljivi, i uvek spremni za dogovor. Puno smo volontirali. Odvajamo svoje materijalne resurse i nesebično delimo kontakte i socijalnu mrežu. Nije uvek svako od koga smo očekivali pomoć želeo da pomogne, ali je uvek bilo više onih koji žele, nego ovih drugih koji nisu hteli. Pojedinci dolaze i ostanu ili odu dalje. Nama je važno da je uvek dete/korisnik i njegova porodica u fokusu. Naši saradnici su ozbiljni profesionalci, ali i nesebični volonteri. Interes zajednice je uvek na prvom mestu, kao i dostojanstvo i dobrobit korisnika. Takođe, puno sarađujemo sa udruženjima koja se bave dečjim pravima, zaštitom žena i omladinskim radom.

Na kakve probleme ste do sada nailazili kada je u pitanju saradnja sa lokalnim samoupravama, institucijama?

Radimo u glavnom gradu Beogradu, gde je Grad Beograd jedinica lokalne samouprave. Ovaj grad ima 17 gradskih opština i nema dobru pokrivenost uslugama podrške porodicama koje neguju bolesnu decu, mladim osobama sa invaliditetom ili starijim generacijama. Nama je ovo jako zabrinjavajuće i otežavajuće, jer nam se konstantno javljaju roditelji koji su potpuno iscrpljeni i zabrinuti za budućnost svoga deteta. Ove porodice su na ivici materijalne egzistencije, nedovoljno informisane o svojim pravima i onemogućene da same reše svoje problem. Ono što mi možemo jeste da svakoga saslušamo i uputimo na narednu instance, obezbedimo pakete pomoći ili jednokratnu volontersku pomoć. Nemamo razvijene mehanizme za kontinuiranu podršku u ovako

velikom gradu, niti u gradu postoji služba hitne pomoći za osobe sa invaliditetom u riziku od socijalne izolacije ili u slučaju nekih nepredviđenih okolnosti. Stalno apelujemo na gradsku upravu i kroz medije u vezi s tim problemima, ali to nije dovoljno.

Inače imamo dobru saradnju sa gradskom opštinom Zemun, u kojoj je naše sedište, u onoj meri koliko oni mogu da nas podrže. Već 10 godina zaredom opština sufinansira program letnje škole za decu sa smetnjama u razvoju i mlade osobe sa intelektualnim teškoćama kroz konkurs namenjen udruženjima građana. Ovo je velika pomoć, ali na primer ove godine opština nije bila u mogućnosti da odvoji sredstva na koja računamo, jer budžet nije usvojen zbog izbora i zato što nema gradske vlade. U ovim situacijama se pokaže značaj udruženja građana i organizovanog prikupljanja sredstava za ovakve projekte od velikog značaja. Ove godine nam je odobren i projekat podrške razvoju Kluba za mlade osobe sa invaliditetom nakon završetka srednje škole. Ipak, mi sve vreme radimo na razvoju i negovanju odnosa sa svim donatorima i građanima koji su u mogućnosti da nam pomognu da održimo naše programe i pomognemo deci i porodicama. U našoj opštini imamo dobru saradnju sa školama i drugim institucijama, ali je ipak najvažnija saradnja sa gradskom upravom, koja sada izostaje. Veoma je važno uskladiti gradske akte koji definišu prava naših porodica sa stvarnim potrebama i zakonima sa visokog nivoa. Veoma je komplikovano i kompleksno.

Razgovarate mnogo sa roditeljima, kojima pružate podršku na različite načine kroz rad udruženja. Kroz koje sve faze prolaze roditelji sa decom u smetnjama u razvoju, sa čim se suočavaju i gde je podrška najpotrebnija?

Roditelji prolaze kroz najrazličitije faze od momenta kada ustanove da sa detetom nešto nije u redu. Problemi su veoma složeni: dijagnostika, terapije, lečenje, prihvatanje, porodični odnosi, partnerski odnosi, ostvarivanje prava iz oblasti socijalne zaštite i obrazovanja, prikupljanje dodatnih sredstava za lečenje u inostranstvu, uključivanje u vrtić, odabir škole, finansijska oskudica, organizacija dnevnih aktivnosti, kontrole... Ovo sve je toliko intenzivno i sveobuhvatno, da je bukvalno nerealno očekivati da neko to može sam da savlada. Problem prihvatanja dijagnoze i novog života koji nismo očekivali je veoma veliki. Nije ni realno očekivati da neko može lako i brzo da se suoči sa ovakvim šokom i zato moramo imati dodatno strpljenje.

Problem koji roditelji najčešće navode jeste: nedovoljno terapija u državnom sistemu, nedostatak finansija, nedostatak psihološke podrške i nedostatak konkretne fizičke pomoći pri čuvanju dece i obavljanju redovnih kućnih obaveza.

Koji je značaj međusobnog povezivanja roditelja dece sa poteškoćama u razvoju?

Za mene je povezanost sa roditeljima koji imaju decu sa smetnjama u razvoju od najvećeg značaja. Poznanstva koja sam stekla i prijateljstva su mi promenila život nabolje. Smatram da je veoma važno da budemo otvoreni da pitamo za pomoć i da naučimo da prihvatimo pruženu ruku, ali i da budemo spremni da pomognemo. Mi imamo super mrežu povezanu putem društvenih mreža i Viber platforme, i kada god je nekoj od nas potrebna podrška, rešenje vrlo često nalazi baš u toj zajednici. Povezanost i komunikacija među roditeljima, posebno među majkama je važna da bismo shvatile da nismo jedine u takvom problemu, i da imamo od koga da naučimo kako se prolazi kroz tunel u kome se nalazimo. Ranije su žene imale veći pritisak nego sada jer nije bilo modernih kanala komunikacije putem interneta. Sada je ipak za nijansu bolje.

Sa kakvim se sve problemima i izazovima suočavaju roditelji, posebno majke dece sa poteškoćama u razvoju kojima su potrebne stalna nega i pomoć?

Majke dece sa smetnjama u razvoju i invaliditetom se osećaju zanemareno i nepriznato. Njihov 24-časovni rad se ne valorizuje i vrlo često su žrtve stigme i diskriminacije. Imati bolesno dete je veliki teret, i to zaista može da razume samo onaj koji kroz to prolazi. Iako mi volimo da se hvalimo humanošću našeg društva, to zapravo ne važi za odnos prema ovim ženama. One često i same nose krivicu zbog svega što se desilo i veoma često dobijaju kritike i od najbližih članova porodice da „ne rade ništa“. Ove žene su nenaspavane, uvek dežurne i željne vremena za sebe. One su danonoćno posvećene svojoj ometenoj deci, bez obzira na to kog su deca uzrasta i kakvih dijagnoza i zdravstvenog stanja. Mi sada razmatramo predlog da se majkama dece sa smetnjama u razvoju dodeli status negovatelja, koji će im dati vidljivost u sistemu socijalne zaštite i obezbediti drugačiji tretman u celoj zajednici. Prvenstvo prolaza kod lekara, u apoteci, banci, podrška pri zapošljavanju, olakšan pristup tržištu rada, usluge socijalne zaštite, eventualna finansijska izdvajanja i slično.

Sve su to mere koje treba uvesti da bi negujuće majke/neposredne negovateljice živele dostojanstveno, a njihova deca, koja su osobe sa invaliditetom, imala adekvatnu negu i dugoročnu sigurnost.

Kako se država uključuje da pomogne roditeljima dece sa smetnjama u razvoju?

Država radi neke korake, ali sporo. Visoke politike su uglavnom usmerene na novčana davanja i na ulaganje u postojeće institucije sistema. Nedovoljno se brzo radi na razvoju usluga na terenu i na istraživanju potreba. Centri za socijalni rad su prezatrpani poslovima. U školi nemamo dovoljno asistenata za podršku deci i nastavnicima. Liste čekanja na specijalističke preglede su predugačke, pa se roditelji najčešće odlučuju za privatnu praksu, što ih dodatno osiromašuje, ali oni su spremni na sve da detetu obezbede najbolju negu, tretmane i obrazovanje. Važno je da razumemo ko čini državu i kako sistem uopšte izgleda. Život jedne porodice definiše se kroz različite oblasti - socijalna zaštita, obrazovanje, zdravstvo, lokalna zajednica, zaštita porodice... To znači da su uključena, ili treba da budu uključena, bar tri ili četiri ministarstva. Trenutno je veliki problem organizovanje međusektorskog dijaloga i saradnje na ovim našim temama. Mi ipak govorimo o državi koja šest meseci nema vladu i imamo vrlo nestabilnu političku klimu. Ova situacija jako pogada najranjivije i siromašne, a to su deca sa smetnjama u razvoju i njihove porodice. Nadamo se da će se sada ipak promeniti situacija kada se stabilizuje politička scena, i da će naše teme doći na red i u fokus političkog dijaloga i prioriteta.

Odakle crpите snagu i energiju za sve aktivnosti kojima se bavite?

Ja sam inače osoba sa jakom energijom. Odlučna sam i nepokolebljiva, uporna i ponekad naporna. Moja energija se obnavlja zahvaljujući poslu koji radim i zahvaljujući mojoj deci. Imam dva predivna sina. Moj sin Andrija je osoba sa višestrukim smetnjama u razvoju, boluje od retke bolesti i potrebna mu je konstantna nega druge osobe. Ta druga osoba sam uglavnom ja. Iako je naporno sve što radim, ne prestaju da me zadivljuju njegova jednostavnost, planovi i volja za životom. Mislim da smo mi svi veoma skloni potcenjivanju dece sa smetnjama u razvoju na prvi pogled, i ne shvatamo ih za ozbiljno. Ali kad malo razmislim, i mi koji smo imali „normalan“ razvoj, dobijali smo to od svojih roditelja.

SIGURNNO MESTO ZA LUDE IDEJE

Dragana Pilipović Tomić,

osnivačica Centra za društveno odgovorno preduzetništvo i Rural Hub-a

U vremenima kada deluje da rad i znanje gube vrednost, pokušavati izgraditi sopstveni biznis deluje suludo. Ali životno jedino smisljeno, ako imate tu žicu u sebi

Dragana Tomić Pilipović je osnivačica i izvršna direktorka Centra za društveno odgovorno preduzetništvo – CDOP sa skoro 30 godina iskustva u oblasti razvoja organizacija, strateškog upravljanja ljudskim resursima i dizajniranja edukativnih i mentorskih programa. Do pre 12 godina je rukovodila službama za ljudske resurse u Erste banci i PharmaSwissu, nakon čega pokreće prvi ruralni coworking prostor u Srbiji Rural Hub, smešten u selu Vrmdža kod Sokobanje, gde danas radi i živi sa svojom porodicom. Dragana je inovatorica, motivatorica i pokretačica pozitivnih promena u zajednicama kroz jačanje i umrežavanje njihovih kapaciteta. Jedan je od osnivača programa Kreativno mentorstvo i Mreže Jezgro koja okuplja žene sa sela, ali i one koje su svojim životom i radom povezane sa životom na selu. Koautor je nekoliko priručnika iz oblasti upravljanja ljudskim resursima, mentorstva i eko-sela kao modela razvoja ruralnih područja. Podstiče i podržava žensko preduzetništvo. Dobitnica je nekoliko prestižnih međunarodnih nagrada.

Pre 14 godina odlučili ste da se preselite sa porodicom iz grada na selo. Zašto ste se odlučili na taj potez?

Mene je vodila želja da ono što radim, radim tako da povežem prirodu oko nas sa prirodom čoveka na jedan celovit način. Iz te želje rodila se ideja o Centru za edukaciju u prirodi iz koga je nastala organizacija Centar za društveno odgovorno preduzetništvo – CDOP kao „sigurno mesto“ za lude ideje koje menjaju svet nabolje i Rural Hub kao fizičko mesto gde se sve te ideje podržavaju. Međutim, mnogo bitnije je da mi se ovde u selu desio život u svoj njegovoj punoći. Vođena idejom podrške drugima, kroz ono što radim, u stvari sam kreirala život u kome mogu biti to što jesam, kakva jesam i to sve u saglasju sa prirodom.

Kako Rural Hub funkcioniše u praksi i da li ste uspeli da postignete sve što ste planirali?

CDOP je danas kroz svoje aktivnosti i rezultate projekata prepoznat kao organizacija koja ima tri ključna stuba aktivnosti: socijalno preduzetništvo, ruralni razvoj i Rural Hub kao coworking prostor na selu. Ono što je Rural Hub učinilo interesantnim i prepoznatljivim je da funkcioniše po principu da je celo selo hab. Ono predstavlja hab, čvorište u kome kada dođete imate mogućnost da iskusite kako je to raditi u ovom prostoru, ali i da konzumirate razne proizvode ostalih porodica koje žive i rade u selu Vrmdža. To je princip solidarne, tj. dobre ekonomije i proizašao je iz moje želje da svako ko dođe u Rural Hub dobije mogućnost da se upozna i podrži rad meštana, pre svega žena, tako što će boravkom i radom u ovom prostoru kupovati njihove proizvode. U praksi to izgleda tako da dolazite kod mene kao domaćice radnog prostora, koja ima uglavnom ulogu da kreira jedinstvena iskustva edukacija ili radnih dešavanja za posetioce, dok na ručak idemo kod Saške gde pored jela možete kupiti njene ručno rađene eko-suvenire, zatim ćemo posetiti Miladinku koja pravi najbolja slatka, likere i rasade cveća, kod Sekice ćete spavati, a kod Sneže ćemo imati degustaciju najukusnijeg kozjeg sira i domaćeg paradajza u kraju. Naravno posetićemo i lokalne kafane kao što je Vodenica kod deda Mije ili Pilotin pogled. Tako svako od nas, u zajedništvu sa konceptom rada Rural Hub-a, kreira i stvara ono u čemu je najbolji i to s radošću i lakoćom.

Da li je moguće oživeti srpska sela, s obzirom na to da podaci pokazuju da se u preko 80 odsto broj stanovnika smanjuje i da praktično izumiru?

Život dolazi sa decom. Kada budemo vratili našu decu, ne samo u sela, nego i u našu zemlju, Srbija će procvetati.

Često govorite o značaju spajanja urbanog i ruralnog. Da li je za pokretanje sela neophodno da se ljudi prvo edukuju, kako o osnovnim principima pokretanja posla, održivosti i upravljanja troškovima, tako i da se osnaže za upotrebu savremenih tehnologija?

Danas se granice između sela i grada, kada je u pitanju način organizovanja života i rada, brzo brišu. Svakako su ova znanja i veštine neophodni svima koji žele da pokrenu neki svoj biznis bez obzira na mesto boravka. Ono što je bitno istaći je da je na selu drugačija logika života, pa samim tim i poslovanja, koja pre svega prati prirodu i njene cikluse, jer od nje najviše zavisi uspeh rada na selu. Jedna seoska porodica da bi (pre)živela, u današnje vreme mora biti izuzetno visprena i snalažljiva. Moje iskustvo nakon 10 godina života i rada na selu je da seoski ljudi poseduju takoreći sve, ili većinu, od ovih navedenih veština, ali se ne izražavaju tom stručnom terminologijom koja se koristi. Najveće proboje u radu npr. sa ženama sa sela smo upravo imali kada smo im nepoznate ili strane pojmove preveli na njihovu realnost i upotrebnost. Tačnije kada smo im dali upotrebnost smisao za njihov život.

Kako se u manjim sredinama uopšte gleda na ideju preduzetništva, pa još i ženskog?

U vremenima kada deluje da rad i znanje gube vrednost, pokušavati izgraditi sopstveni biznis deluje suludo. Ali životno jedino smisljeno, ako imate tu žicu u sebi. Preduzetništvo se podržava kroz postojanje kulture koja prihvata različitost, ličnu jedinstvenost, i učenje kroz pokušaje i greške. Srbija to nema baš u sebi – davanje podrške drugima čak i kad ideje nemaju logičkog smisla, ali ih ta osoba oseća svim svojim bićem, dušom i telom. Moja organizacija je upravo podrška za sve one koji imaju te neke „lude ideje“ koje bi voleli da pokrenu a ne znaju kako ili se plaše da pitaju.

Sa kakvim se preprekama, rodnim predrasudama, s obzirom na tradicionalne podele poslova i patrijarhalni milje na ovim prostorima, žene koje odluče da započnu samostalni posao, posebno u ruralnim sredinama, suočavaju?

Pre svega sa nedostatkom podrške i stereotipima koji vladaju u njihovom najbližem okruženju. U radu sa ovim ženama najveća je pobeda kada uspemo da one pobede same sebe i stereotipe u koje su poverovale i one same. Žena nosi jednu snagu koja sažima, okuplja i isceljuje nadasve nju i njenu porodicu. I to ne smemo zaboraviti kada govorimo o zdravlju jedne nacije i društva. U projektu na kojem trenutno radim „Novo lice žene sa sela“ puno smo vremena posvetili upravo mapiranju ovih stereotipa, ali i objavljivanju šta je toj ženi sa sela stvarno važno i na koji način.



Foto: Đorđe Radošević

Koji je značaj mentorske podrške i udruživanja za razvoj ženskog preduzetništva?

Veliki, jer mentorska podrška i zajednica mogu stvoriti siguran prostor u kome se žena može izraziti bez straha da će biti ismejana, osuđivana ili deklarirana na način koji joj ne prija.

Na koji svoj projekat ste posebno ponosni i na čemu trenutno radite?

Ponosna sam što nijedan moj projekat nije bio „samo“ projekat. Svi moji projekti su proizlazili iz mog ličnog života i rada, i iz uverenja da svojim delanjem možemo napraviti promenu koju želimo da vidimo. „Novo lice žene sa sela“ ima za cilj da pokrene i osnaži žene sa sela kroz mentorski program i umreži ih kroz Mrežu Jezgro. Ovo je projekat svih nas žena, jer kako bi rekla Danka Đukanović, jedna naša mentorka, „u svakoj od nas je žena sa sela“.

Šta biste savetovali ženama koje žele da iskorače i krenu putem razvoja samostalnog posla?

Iskoračite. Niste same.

KULTURA NE MOŽE DA SE NAREDI

Jelena Ivanović,

izvršna direktorka Međunarodnog udruženja za marketinške komunikacije u Srbiji - IAA Serbia

Poverenje i uzajamno poštovanje menadžera i zaposlenih je ono što bi moralo biti temelj svega.

Ako je kompanija inkorporirala transparentnu komunikaciju i jasno definisala politike o jednakosti i inkluziji u svoje poslovanje, ta kompanija će uživati poverenje zaposlenih, a onda i pozitivnu reputaciju u poslovnoj zajednici

„Kako to nekad ume da se dogodi, zanimanje je više mene pronašlo nego ja njega. Kao diplomiranom politikologu za međunarodne poslove, interesovanja su mi bila usmerena na geopolitiku, političku ekonomiju, međunarodno pravo. Ipak, teorija kao destinacija nije mi bila bliska, a bavljenje dnevnom politikom, kako se meni činilo, zahtevalo je neke sposobnosti i osobine koje mi, pre svega, vaspitanje nije dozvoljavalo“, kaže Jelena Ivanović.

Rad u prosveti bio je privremeno rešenje, ali i pomoć da bolje razume šta bi htela, ali i mogla da radi. Konkurs u izdavačkoj kući koju je u to vreme vodio Žozef Lončar, legenda marketinške scene stare Jugoslavije, bio je otvoren i otišla je na razgovor. To se dogodilo pre skoro 18 godina.

„O marketingu ništa nisam znala, a časopis Taboo se bavio upravo ovom temom. Imala sam sreću da moj mentor ima mnogo znanja, iskustva, a onda i strpljenja i volje da svoja znanja prenese, da mi pokloni puno poverenja i ohrabri me da se okušam u najrazličitijim sferama“, priča Ivanović. Njen put u Taboo-u išao je uzlazno, od pripravnika do glavnog urednika časopisa, a na naredno radno mesto došla je zahvaljujući Miši Lukiću koji je u to vreme bio direktor agencije Leo Burnett, ali i predsednik srpskog chaptera IAA.

„Saradnja sa vrhunskim stručnjacima je privilegija i upravo te relacije su za moju karijeru bile presudne“, kaže ona.

Sa kakvim izazovima se suočava svetska industrija oglašavanja i marketinga u današnje vreme globalne ekonomske i političke nesigurnosti?

Marketing deli sudbinu svetske ekonomije, kao da vreme

merimo od jedne do druge krize. I to je postalo opšte mesto. Naša struka je opterećena onime što najblaže definišemo kao manjak pozitivnog imidža, a tu je i veliko pitanje budućnosti struke i kadrova koji dolaze. Ipak, najveći potres čini se da donosi veštačka inteligencija. Obim i kvalitet tih promena zasad naslućujemo. Ali opet, i tu delimo sudbinu sveta. Ništa manje i ništa više.

Kako biste ocenili marketinško tržište u Srbiji?

Prošle godine, u okviru različitih istraživanja, predviđen je rast ulaganja u oglašavanje na globalnom nivou, što je uvek pozitivan indikator šire ekonomije. Kod nas se taj pozitivan trend posle pandemije 2020. nastavio i dostigao 259 miliona evra u prethodnoj godini, prema podacima IPSOS-a. Svi mediji su beležili rast, s tim da je digital, kako se navodi u poslednjem izveštaju AdEx, zabeležio najmanju stopu rasta još od 2015. godine. Ovo su aktuelne brojke i one nisu previše optimistične u ekonomskom smislu, ali ono što dugoročno opterećuje struku je potreba za transformacijama, To se odnosi na korišćenje podataka, integrisanje najnovijih tehnologija, ali i kreiranje radnog okruženja koje će odgovoriti na najvažnije potrebe generacija koje dolaze.

Koliko se u Srbiji poštuju etički standardi u reklamiranju proizvoda?

Etičko oglašavanje je važna tema za struku, ali i za IAA globalno. Usvajajući ove principe mi demonstriramo svoju zrelost, odgovornost prema sebi samima, ali i potrošačima, društvu u najširem smislu. Samoregulacija je oduvek u fokusu Asocijacije, inicirali smo pisanje Kodeksa o marketinškim komunikacijama i bili pokretač osnivanja nacionalnog tela za etičke standarde



Saradnja sa vrhunskim stručnjacima je privilegija i upravo te relacije su za moju karijeru bile presudne

u oglašavanju, po uzoru na razvijena tržišta. Većina kompanija vodi računa i ne izlaže se rizicima koje potencijalno neetičko oglašavanje nosi sa sobom. Posledice takvih kampanja mogu da budu nesagledive, najviše u reputacionom smislu. Često mi se čini da smo, kao narod, skloni samokritici koja nekada prevazilazi granice onoga što je pozitivno i poželjno. Neetičkih kampanja ima svuda, pojavljuju se i na najrazvijenijim tržištima. Nama bi, bez sumnje, dobro došli razrađeni mehanizmi i procedure za njihovo sprečavanje, svojevrсни servis oglašivača, agencija i medija.

Koliko su teme ravnopravnosti, različitosti, inkluzije dominantni trendovi u marketinškim strategijama, globalno, a koliko je to popularno u Srbiji?

U IAA se često pominje jedan citat u vezi sa ovime: Različitost se poziva na zabavu, a od inkluzije se traži da pleše. Niko ne želi da bude pozvan na zabavu kao gledalac. Takav „gost“ bi radije ostao kod kuće. Treba sve ohrabrivati da ne prave polovične pokušaje različitosti, već da se založimo za istinsku inkluziju. Nema sumnje da je ova tema jedna od najvažnijih za globalnu Asocijaciju, zbog čega je i formiran poseban savet, telo zaduženo za promociju ovih principa unutar marketinške zajednice. Interesantno je, ali i zabrinjavajuće da iako je IAA Global, sa sedištem u Njujorku, promoter ove inicijative, u svojim redovima nije uspeo, ni posle 85 godina postojanja, da izabere ženu za predsednicu. Istine radi, na drugim, visokim pozicijama nalaze se upravo žene, ali ne i na najvišoj. IAA Serbia u tom smislu „popravlja prosek“ imajući u vidu da većinu članstva i organa Asocijacije čine upravo žene. Tokom prethodnih 30

godina dva puta su žene birane za predsednice. Ovo pominjem jer je teško zamisliti uspešnog i istinskog glasnogovornika inicijative, ako i sam ne uvažava ovakve standarde. Naravno, jasno je da ono što se odnosi na našu zajednicu, ne važi i za neke druge industrije, a da se očekuje da ovaj sektor podrži i promovise ideje ravnopravnosti, različitosti i inkluzije i to ne samo jer se to od nas očekuje kao posledica evropskih direktiva ili preslikavanja trendova sa razvijenijih tržišta. Mislim da ova tema pripada korpusu etičkih principa koje bi nedvosmisleno trebalo uključiti u oglašavanje. Nije dovoljno da ravnopravnost žena bude ograničena na oglase koji se emituju oko 8. marta ili na kampanje koje se kreiraju za potrebe kreativnih festivala bez značajnijeg uticaja na društvo.

Kakvu ulogu mogu da imaju marketinške kampanje u menjanju društvenih stavova i predrasuda upravo kroz kreiranje poruka koje ukazuju na rodnu ravnopravnost i prava žena?

Nema sumnje da tretiranje društvenih pojava na ovaj način može da doprinese rešavanju različitih problema. Na kraju, postoje i neki relevantni podaci koji to dokazuju. Kao organizatori jednog od najprestižnijih svetskih takmičenja u čijem fokusu je efikasnost komuniciranja (Effie Awards) više puta smo bili u prilici da nagrađujemo ovakve kampanje. Naravno, za uspešno i dugoročno iznalažanje rešenja za probleme ili predrasude koje su duboko ukorenjene u društvu, potrebna je dugoročna akcija najširih razmera koju će preduzimati različiti akteri. Ad hoc kampanje su skoro uvek kreativne, dopadljive, pa i primećene, ali često i potpuno neefikasne.

Kako kompanija da privuče uspešne, talentovane žene u poslu? Kakva treba da bude poslovna kultura u kompaniji?

Kaže se da kultura ne može da se naredi. Poverenje i uzajamno poštovanje menadžera i zaposlenih je ono što bi moralo biti temelj svega. Tome značajno doprinosi komunikacija u smislu razumevanja uloge svih u nekom poslovnom procesu. Ako je kompanija inkorporirala transparentnu komunikaciju i jasno definisala politike o jednakosti i inkluziji u svoje poslovanje, ta kompanija će uživati poverenje zaposlenih, a onda i pozitivnu reputaciju u poslovnoj zajednici. Naravno, ne treba zaboraviti i konkretnije vidove podrške koje pojedine kompanije nude u vidu uvođenja programa za

profesionalni razvoj, podrške roditeljstvu, fleksibilnog radnog vremena i slično.

Šta će, po vašem mišljenju, biti izazovi sa kojim će se naredne generacije žena suočavati na profesionalnom planu i napredovanju na hijerarhijskoj lestvici?

Čini mi se da se odgovor na ovo pitanje krije u dominantnim osobinama generacija koje dolaze. Dakle, ne samo žena. One se dosta razlikuju od sadašnjih generacija, a tek od prošlih... To treba prihvatiti kao konačnu istinu čak i kad mnogo toga ne razumemo. Prema podacima Svetske banke, generacija Z već sada predstavlja 41odsto globalne radne snage, ali je posebno zanimljiva njihova sklonost ka aktivizmu. Jedno od najpoznatijih istraživanja Varki fondacije, sprovedeno još 2017. godine na uzorku od preko 20.000 mladih, pokazalo je da čak 89 odsto zumeru podržava ideju rodne ravnopravnosti. Takođe, kada su buduće karijere u pitanju, odnosno potencijalna radna mesta, kao najvažnije faktore oni vide visinu zarada, ali i mogućnost da se razvijaju veštine i kompetencije. Relativno visoko rangiraju mogućnost napredovanja u kompaniji, odnosno prilike za putovanja i upoznavanje novih ljudi, ali i to da kompanije u kojima rade pozitivno utiču na zajednicu i društvo. Da ne pominjem veštačku inteligenciju koja će značajno izmeniti mnoge industrije, poslovni ekosistem uopšte. Naravno, neke stvari će se teško i sporo menjati, jer dobar deo potiče iz naše tradicije, geografskog i kulturološkog okvira. Mene to ne obeshrabruje, shvatam da se najvažnije i najbolje stvari uvek nekako čekaju.

Šta vas je motivisalo da napredujete ka leaderskoj poziciji u svojoj profesiji i koji savet biste dali ženama koje tek počinju da razvijaju svoju karijeru?

Mislim da bi svaka karijera prirodno trebalo da prolazi kroz različite faze i da najviše pozicije dolaze posle mnogo „pešačenja“. Nikada nisam razmišljala o tome da je leaderska pozicija ono čemu treba stremiti po svaku cenu. Ona nije sama sebi svrha. Sva radna mesta i pozicije imaju svoju funkciju i doprinose celokupnom procesu, ako se posao obavlja kako treba. Sled je jednostavan: učenje, rad, pa onda rad i učenje zajedno, pa red požrtvovanosti i sve to uz stalnu želju da nešto bude urađeno bolje i drugačije. IAA je pre par godina lansirao kampanju edukativnog programa koji je namenjen mladim ljudima u struci (AcademIAA) i slogan je glasio: „Nema trika, samo rad“.



BRITISH INTERNATIONAL SCHOOL

EDUCATION FOR SUCCESS

1997. The BIS was established

Taking Enrolments

for the 2024 - 2025 school year

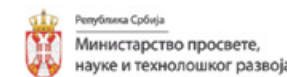
- CAMBRIDGE International programme
- Pre-school, Primary and Secondary School - Students from 3 to 18 years of age
- Recognised by the British Department for Education (DfE No 6352)
- Regular member of the European Council of International Schools (ECIS)
- Member of the Council of International Schools (CIS)
- Operator for the Duke of Edinburgh International Award
- Highly qualified UK and local teachers
- Modern technologies
- Our students attend universities throughout the world



info@bis.edu.rs
www.british-int-school.org.uk

+381 11 30 66 096
+381 65 30 66 097

Neznanog junaka 36,
Dedinje, 11040 Belgrade



CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

005.21-055.2(497.11)”2024”

USPEŠNE poslovne žene u Srbiji / [urednik
Ana Krajnc]. - Beograd : Business Info Group,
2024 (Beograd : Caligraph). - 129 str. : ilustr. ;
25 x 20 cm. - (Ko je ko / [Business Info Group])

Tiraž 4.000.

ISBN 978-86-89139-25-9

а) Жене -- Пословни успех -- Србија -- 2024

COBISS.SR-ID 146397449

