



Broj 34
Januar 2020.

BILTEN

Porodični biznis u naftnom i gasnom sektoru Veština prilagođavanja

Naši sagovornici

Cécile Nourigat:

Ključna uloga nezavisnih snabdevača goriva u niskougljeničnom energetskom sistemu

Samuel Hartmann:

AVIA International: Skup firmi koje posluju već šest generacija

Jelena Radun:

Ipak smo u jednoj zdravoj trci i zdravom biznisu

Nataša Vukšić:

Ukrupnjavanje kapitala je trend koji dotiče i našu industriju

Nikola Gvozdrenović:

Ako želite kvalitetan rast morate izaći na strana tržišta

Uvodnik

Slobodan Sokolović

Stručni tekstovi

Miroslav Gvozdrenović

Iskustvo u razvoju porodične kompanije u naftnom sektoru

Aleksandar Nedučin

Porodični biznis u nafti i gasu - prošlost ili budućnost?

Aktivnosti u kvartalu:

WPC, NNKS, NIS, Srbijagas, LUKOIL



SADRŽAJ

3 UVODNIK Slobodan Sokolović: Ima i dalje prostora za Family Business

INTERVJU

4 Cécile Nourigat: Ključna uloga nezavisnih snabdevača goriva u niskougljeničnom energetsom sistemu

6 Cécile Nourigat: Independent fuel suppliers wil play key role in the low carbon energy system

8 Samuel Hartmann: AVIA International: Skup firmi koje posluju već šest generacija

10 Samuel Hartmann: Member companies that operate in sixth family generation

12 Jelena Radun: Ipak smo u jednoj zdravoj trci i zdravom biznisu

15 Nataša Vukšić: Ukрупnjavanje kapitala je trend koji dotiče i našu industriju

18 Nikola Gvozdrenović: Ako želite kvalitetan rast morate izaći na strana tržišta

STRUČNI TEKST

20 Miroslav Gvozdrenović: Iskustvo u razvoju porodične kompanije u naftnom sektoru

22 Aleksandar Nedučin: Porodični biznis u nafti i gasu - prošlost ili budućnost?

VESTI IZ NNKS-WPC

27 Energetska tranzicija klimatske promene i inovativnim tehnologijama teme 23. WPC

28 Generalni sekretar NNKS učestvovao na sastanku Programskog komiteta WPC

NAŠE ČLANICE

29 NIS: Odbor direktora NIS-a usvojio Biznis plan za 2020. godinu

36 SRBIJAGAS: Magistralni gasovod od Bugarske do Mađarske granice – stepen završenosti 95%

37 LUKOIL: Podrška LUKOIL-a ozelenjavanju Beograda

Uvodnik

Ima i dalje prostora za Family Business



Prateći našu uređivačku crvenu liniju obrade tema koje s jedne strane prate potrebe, projekcije i prilike domaće naftno-gasne industrije, a s druge, približavaju čitaocima problematiku zanemarenu ili potpuno neobrađenu u medijima i stručnoj literaturi - u ovom broju Biltena pokušali smo da prikazemo uz pomoć nekoliko probranih reprezentativnih sagovornika i priloga naših stručnih saradnika položaj porodičnih firmi u Srbiji s osvrtom na stanje u svetu i posebno Evropi.

U poslednjih trideset godina, tržište nafte i gasa u Srbiji prošlo je kroz izrazito nestabilne, na momente i dramatične faze: od preživljavanja pod sankcijama i bujanja sivog tržišta, preko bombardovanja rafinerijskih postorjenja i infrastrukture, zabrane uvoza benzina i dizela, do perioda formiranja tržišta koje se približava karakteristikama, pravilima i zakonima onog unutar EU.

Uprkos, na prvi pogled, nepovoljnih uslova za razvoj tržišta naftnih derivata u Srbiji do 2010. godine, na sve strane gradile su se, otvarale i poslovale privatne benzinske stanice. Uporedo, sve najveće regionalne nafte kompanije otvorile su svoja predstavništva i krenule sa razvijanjem svojih maloprodajnih mreža, uz kupovinu postojećih privatnih benzinskih stanica.

U Evropi, šesdesetih godina prošlog veka pojavili su se mali nezavisni operatori na naftnom tržištu, koji su bili sposobni da ponude niske cene naftnih derivata. To su bile male firme u porodičnom vlasništvu, fleksibilne na promenljivo tržišno okruženje i prilagodljive potrebama potrošača.

Koji procesi su sada prisutni i da li porodični biznis ima budućnost su pitanja koja smo postavili našim sagovornicima?

Skoro svi se slažu da razna državna zahvatanja, s jedne strane i strogi ekološki propisi, s druge, ograničavaju razvoj samostalnog porodičnog biznisa, ali prilike i perspektivu porodičnom biznisu vide u pojavi novih modela poslovanja velikih naftnih kompanija.

Tako kompanija MOL, na primer, koristi COCA (Company Owned Commission Agent) model u kojem ustupa svoju benzinsku stanicu na upravljanje privatniku koji je vodi kao sopstveno preduzeće i zapošljava kadrove po svom izboru. Za taj posao ne dobija fiksnu naknadu, već proviziju koja zavisi od ostvarenog uspeha u datom mesecu.

Cecile Nourigat, generalni sekretar asocijacije UPEI (okuplja oko 2.000 malih evropskih uvoznika i distributera), uverena je da će posle 2040. godine, porodične kompanije imati ključnu ulogu u niskougledničnom i decentralizovanom energetsom sistemu...

Prenosimo takođe mišljenja i iskustva druge generacije vlasnika jednih od prvih porodičnih kompanija (RadunAvia i Adeco) u Srbiji, kao i sećanja osnivača Adeco kompanije.

I ovaj put, stručni tekst našeg saradnika mr Nedučina donosi veoma interesantna zapažanja na pitanje pripada li porodični biznis u nafti i gasu prošlosti, ili budućnosti.

Slobodan Sokolović

INTERVJU: Cecile Nourigat, Cecile Nourigat, generalni sekretar asocijacije UPEI

Ključna uloga nezavisnih snabdevača goriva u niskougljeničnom energetsom sistemu

Glavni trendovi u poslu distribucije goriva - digitalizacija, diversifikacija usluga i goriva/energije zahtevaće određene izmene u modelu porodičnog biznisa u ovom sektoru, kaže Cecile Nourigat, generalni sekretar asocijacije UPEI. Ona je uverena da će nezavisni dobavljači goriva igrati ključnu ulogu u niskougljeničnom i decentralizovanom energetsom sistemu.

Priredio: *Vladimir Spasić*



BILTEN NNKS-WPC: Iz Vašeg iskustva šta je porodični privatni biznis u naftnom i gasnom sektoru? Koja je Vaša definicija?

CECILE NOURIGAT: Mnogo raznovrsnih biznisa može se podvesti pod ovim terminom. Šesdesetih godina prošlog veka na evropskom tržištu snabdevanja gorivom pojavili su se novi nezavisni operatori, pored već osnovanih velikih naftnih kompanija, zahvaljujući njihovoj sposobnosti da ponude niske cene krajnjim potrošačima. Radilo se o malim firmama, u porodičnom vlasništvu, što ih je činilo fleksibilnim i prilagodljivim na promenljivo tržišno okruženje i potrebe potrošača. Jasno, sektor se dosta promenio od tada. Neke kompanije su proširile svoje poslovne aktivnosti i prilagodile svoju organizaciju.



Paralelno se menjao i UPEI. Danas predstavljamo skoro 2.000 evropskih uvoznika i veleprodajnih ili maloprodajnih distributera energenata za sektor transporta i grejanja, koji snabdevaju evropske kupce nezavisno od glavnih proizvođača energije. Oni pokrivaju više od trećine trenutne potražnje u Evropi. Organizacija okuplja nacionalna udruženja i dobavljače širom Evrope, sa uravnoteženom

kombinacijom malih i srednjih preduzeća, porodičnih i većih firmi.

Ono što ove kompanije spaja je njihova nezavisnost. Iako se sektor razvija od šezdesetih, ključne karakteristike i dalje su: snažan preduzetnički duh i sposobnost da se brzo odgovori na promene koje utiču na snabdevanje.

BILTEN NNKS-WPC: Koja su osnovna ograničenja u razvoju porodičnog biznisa u ovom sektoru kada govorimo u Srbiji?

CECILE NOURIGAT: Kompanije se obično suočavaju sa izazovima koji se odnose na sledeća tri elementa:

- Mali dobavljači se takmiče protiv naftnih kompanija i državnih energetske kompanija. Da bi mogli da posluju, važno je da su obezbeđeni jednaki uslovi za poslovanje i poštena konkurencija na tržištu, a sve u cilju obezbeđivanja pristupačnog, održivog i sigurnog snabdevanja energijom evropskih potrošača.

- Nezavisni dobavljači goriva nisu uključeni u aktivnosti proizvodnje energije i zato zavise od trećih lica za snabdevanje. Obezbeđivanje isporuka može biti izazov, pogotovo u kontekstu u kojem dobavljači goriva imaju obavezu da na tržište plasiraju određene količine niskougljeničnih i obnovljivih goriva, koja mogu biti teško dostupna.

- Energija i goriva su jako regulisani sektori. Porodična preduzeća obično imaju ograničene resurse da se bave sprovođenjem propisa i povezanim administrativnim teretom.

BILTEN NNKS-WPC: Koje su glavne prednosti koje vaša organizacija pruža porodičnim benzinskim stanicama?

CECILE NOURIGAT: Od 1962. godine UPEI se zalaže da nezavisni dobavljači goriva imaju jednake uslove poslovanja i fer konkurenciju. Danas se, u kontekstu prelaska na niskougleničnu ekonomiju, UPEI i njegovi članovi se bave i izazovima prilagođavanja asortimana proizvoda i ispunjavanja zahteva kupaca putem tržišno orijentisanih rešenja.

Konkretno, definišemo zajedničke stavove i zagovaramo ih u ime članova kroz aktivnu saradnju sa evropskim institucijama u vezi sa političkim i zakonodavnim predlozima koji utiču na sektor snabdevanja gorivom. Informišemo naše članove o regulatornim dešavanjima koja mogu da utiču na njihovo poslovanje i prenosimo njihove stavove donosiocima odluka u EU. Konačno, gradimo veze i pružamo platformu za razmenu znanja i najboljih praksi između naših članova širom Evrope.

Naše članstvo je otvoreno za kompanije i nacionalne asocijacije. Takođe su dobrodošle kompanije i udruženja koja nemaju sedišta u nekoj od zemalja Evropske unije, ali koji su zainteresovana za praćenje razvoja regulatornog okvira i aktivnu saradnju.

UZ to, UPEI je razvio i model [business partnership](#) kako bi uključio napredne kompanije koje su indirektno uključene u posao sa isporukom goriva (npr. isporuka aditiva, IT rešenja, oprema), ali koji žele da sarađuju sa našom mrežom i steknu uvid u kontekst posao isporuke goriva.

BILTEN NNKS-WPC: Gde vidite porodični biznis u sektoru nafte i gasa posle 2040. godine?

CECILE NOURIGAT: Očekujemo tri glavna trenda u poslu sa distribucijom goriva: digitalizacija, diversifikacija usluga i goriva/energije. Prilagođavanje tim trendovima će sigurno zahtevati neke izmene u načinu na koji porodična preduzeća trenutno posluju u ovom sektoru. Međutim, kao što sam već rekla, njihova dokazana sposobnost da se

brzo prilagode na promenljivo okruženje sigurno će im omogućiti da uspešno dočekaju eru posle 2040.

Potreba da hitno reaguju na klimatske promene sigurno će uticati na strateške odluke u narednim godinama. Nezavisni dobavljači goriva će nastaviti da razvijaju i upravljaju stanicama, koje obezbeđuju različite vrste energenata, proširujući tako svoj asortiman goriva i energenata kako bi odgovorili na klimatske imperativne.

UPEI-je razvio Viziju 2050 ([Vision 2050](#)), koja daje kratkoročne i dugoročne preporuke za društvo sa neutralnim emisijama CO2 i objašnjava ulogu nezavisnih dobavljača goriva u energetske tranziciji. Naši članovi će definisati novu namenu svoje široke distributivne infrastrukture tako što će isporučivati goriva sa niskim emisijama ugljenika, i iskoristiti svoju ekspertizu. Tako organizovani oni će biti osnovna karika u lancu snabdevanja, obezbeđujući punu pokrivenost teritorije, i onih zabačenijih područja izvan glavnih gradskih naselja. Benzinske pumpe će, takođe, pomoći da se potrošačima efikasno objasni energetska tranzicija.

Nezavisni dobavljači goriva zato će imati ključnu ulogu u niskougleničnomi decentralizovanom energetske sistemu koji će se sigurno uspostaviti nakon 2040. godine.

UPEI
SINCE 1962

AN INFORMED
AND RESPONSIBLE
PARTNER

UPEI
THE VOICE OF EUROPE'S
INDEPENDENT
FUEL SUPPLIERS

BIOGRAFIJA

Cecile Nourigat je generalni sekretara asocijacije UPEI od decembra 2018. godine. Ima skoro desetogodišnje iskustvo rada u javnim poslovima u Briselu i veliko znanje o energetske i transportnom sektoru. Pre nego što je počela da radi u asocijaciji, bila je menadžer za odnose sa javnošću za evropska i svetska udruženja za TNG, kao i u konsultant u Briselu, u kampanjama o raznim pitanjima koja se odnose na politike EU u vezi sa životnom sredinom, klimatskim promenama i energetikom. Cecile ima diplomu sa postdiplomskih studija na College of Europe u Brižu, a takođe je u Francuskoj stekla i master diplomu za političke nauke.

INTERVIEW: Cécile Nourigat, Secretary General, UPEI

Independent fuel suppliers will play key role in the low carbon energy system

Major trends in the fuel distribution business - digitalization, diversification of services and of fuels/energies will require some modifications to the way family businesses currently operate in this sector, says Cécile Nourigat, Secretary General at UPEI. She is convinced that the independent fuel suppliers will play key role in the low carbon and decentralized energy system.

By: *Vladimir Spasić*



NPCS-WPC BULLETIN: What is a private family-owned business in the oil and gas sector? What is your definition?

CECILE NOURIGAT: A very diverse set of businesses can actually fit under this heading. In the 1960s, new independent operators emerged on the European fuel supply market, alongside the established major oil companies, thanks to their ability to offer low prices to final consumers. They were typically small entities, family-owned, making them flexible and reactive to changing market environments and evolving consumer demand. Obviously, the sector has evolved since then. Some companies have expanded their business activities and adapted their internal structures.

UPEI has therefore evolved in parallel. Today, we represent nearly 2,000 European importers and wholesale/retail distributors of energy for the transport and heating sectors, supplying Europe's customers independently of the major energy producers. They cover more than a third of Europe's current demand. The organisation brings together national associations and suppliers across Europe, with a balanced mix of small and medium enterprises (SMEs), family-owned and larger entities.

What brings these companies together is their independence. While the sector has developed since the 1960s, key features remain: a strong entrepreneurial spirit and capacity to respond rapidly to changes affecting supply.

NPCS-WPC BULLETIN: What are the main constraints on private family-owned business in this sector?

CECILE NOURIGAT: Companies typically face challenges related to the following three elements:

- Small suppliers compete against oil majors and nationally owned energy companies. For them to be able to operate, it is important to guarantee a level playing field and fair competition in the market, with the final aim of ensuring affordable, sustainable and secure energy supply for Europe's consumers.
- Independent fuel suppliers are not involved in energy production activities, and therefore are dependent on third parties for their supply. Access to product can be a challenge, especially in a context where fuel suppliers have obligations to put on the market certain volumes of low carbon and renewable fuels, which can be scarcely available.
- Energy and fuels are heavily regulated sectors. Family-owned businesses have typically more limited resources to deal with the implementation of regulations and related administrative burden.

NPCS-WPC BULLETIN: What are the main benefits your organization provides to private family-owned gas stations?

CECILE NOURIGAT: Since 1962 UPEI has been advocating for a level playing field and fair competition for independent fuel suppliers. Today, in the context of the transition to a low carbon economy, UPEI and its members are also addressing

the challenges of adapting the product range and meeting consumer demand through market-oriented solutions.

Concretely, we define common positions and advocate on behalf of members through active engagement with the European institutions on policy and legislative proposals that impact the fuel supply sector. We keep our members informed of regulatory developments which may affect their businesses and convey their concerns to EU decision-makers. Finally, we build up links and provide a platform for sharing knowledge and exchanging best practice between our members across Europe.

Our membership is open to both companies and national associations. Companies and associations which are not based in one of the countries of the European Union, but which are interested in following policy developments and getting involved, are also welcome.

In addition, UPEI has developed a business partnership in order to include forward thinking companies who are indirectly involved in the fuel supply business (e.g. providing additives, IT solutions, equipment) but who desire to engage with our network and gain insights into the context of the fuel supply business.

NPCS-WPC BULLETIN: Where do you see the family business in the post-2040 oil and gas sector?

CECILE NOURIGAT: We see three major trends in the fuel distribution business: digitalization, diversification of services and of fuels/energies. Adapting to these trends will certainly require some modifications to the way family businesses currently operate in this sector. However, as mentioned before, their proven ability to respond to changing environments will certainly allow them to transition successfully into the post-2040 era.

The urgent need to address climate change will certainly influence strategic decisions the most in the coming years. As they have started already, independent fuel suppliers will develop and operate multi-energy stations, expanding their fuel and energy product portfolio to respond to the climate imperatives.

At UPEI, we have developed our Vision 2050 (available here), which outlines short and long-term recommendations for a carbon neutral society, and explain the role of independent fuel suppliers in the energy transition. Our members will repurpose their extensive distribution infrastructure to deliver low carbon fuels, making the most of their expertise. As such, they are the essential link in the supply chain, providing a full coverage of the territory, also reaching less accessible areas outside main conurbations. Retail stations will also help communicate effectively the energy transition to the consumers.

Independent fuel suppliers will therefore have a key role to play in the low carbon and decentralized energy system that will certainly be in place post-2040.

BIOGRAPHY

Ms Cécile Nourigat is UPEI Secretary General since December 2018.

Cécile Nourigat has nearly 10 years' experience working in public affairs in Brussels and brings extensive knowledge of the energy and transport sectors.

Prior to joining UPEI, she worked as public affairs manager for the European and World LPG Associations, as well as in a consultancy in Brussels, running advocacy and communication campaigns on a variety of issues linked to the European Union environment, climate and energy policy.

Cécile holds a post-graduate degree from the College of Europe in Bruges (Belgium) and also obtained a Master's degree in political science in France.

INTERVJU: Samuel Hartmann, Brand & Project Manager Europe, AVIA International

AVIA International: Skup firmi koje posluju već šest generacija

Zapošljavanje mladih talentovanih ljudi je jedan od glavnih izazova u razvoju porodičnog biznisa u naftnom i gasnom sektoru, kaže u intervjuu za kvartalni Bilten Nacionalnog naftnog komiteta Srbije Samuel Hartmann, Brand & Project Manager Europe, AVIA International. Ova asocijacija ima u svom sastavu 90 nezavisnih kompanija, od kojih neke već šest generacija posluju u ovom sektoru.

Vladimir Spasić



BILTEN NNKS-WPC: Šta znači porodični posao u sektoru nafte i gasa iz ugla tradicije asocijacije AVIA?

SAMUEL HARTMANN: Još 1927. godine, kao alternativa velikim multinacionalnim naftnim kompanijama nekoliko nezavisnih uvoznika nafte udružilo se u Švajcarskoj pod imenom AVIA.



Tokom godina, ovi nezavisni uvoznici izrasli su u porodične firme koje danas pokrivaju značajan deo potražnje za naftom i gasom u različitim državama.

Poslovanje pod jednim brendom uz zadržavanje nezavisnosti u poslovanju pokazalo se kao ubedljiv koncept, što je razlog zbog kojeg se sve više i više porodičnih firmi priključuje AVIA asocijaciji. Ponosni smo što danas AVIA International broji više od 90 nezavisnih kompanija članica, od kojih su neke već šest generacija u poslu.

BILTEN NNKS-WPC: Šta su glavni izazovi u razvoju porodičnog biznisa u ovom sektoru?

SAMUEL HARTMANN: Za mlade talentovane ljude, sektor nafte i gasa i nije najatraktivniji za započinjanje karijere, u poređenju sa sektorima koji su održiviji ili više digitalizovani. Za zapošljavanje talentovanih mladih ljudi, važno je objasniti im da se naše tržište menja, takođe i u pravcu digitalizacije i da će biti mnogo novih prilika!

Uz to, vođenje brige o nasleđivanju je dobro poznata tema u porodičnim firmama, pa i u ovom sektoru. Ko je sposoban i ko želi da preuzme porodični biznis? – Pre ili kasnije, to je pitanje koje čeka svaku članicu AVIA asocijacije.

BILTEN NNKS-WPC: Da li je AVIA tipičan franšizing model?

SAMUEL HARTMANN: AVIA nije franšizing model. Nezavisne članice AVIA asocijacije su suvlasnice zajedničkog AVIA brenda i plaćaju godišnje naknade za pokrivanje troškova servisiranja asocijacije AVIA International. Organizaciona forma asocijacije AVIA ima pristup “od dole ka gore”, dok je u franšiznom konceptu to “od gore ka dole”.





BILTEN NNKS-WPC: Šta su glavne prednosti koje vaša asocijacija nudi privatni benzinskim stanicama u poređenju sa sličnim udruženjima u Evropi (European Confederation of Fuel Distributors (ECFD), UPEI, BFT – German Federal Association of Independent Petrol Stations)?

SAMUEL HARTMANN: Teško je uporediti prednosti asocijacije AVIA International u poređenju sa pomenutim udruženjima, jer se naš zadatak razlikuje od zadatka pomenutih asocijacija.

European Confederation of Fuel Distributors (ECFD), UPEI, BFT – German Federal Association of Independent Petrol Stations nisu operativna udruženja i bave se predstavljanjem interesa nezavisnih brendova, kompanija udruženja u sektoru nafte pred zakonodavnim telima.



AVIA International je udruženje koje radi u ime članica i uglavnom je odgovorno za upravljanje žigom AVIA (Community Trade Mark). Takođe, AVIA International je zadužena za korporativni identitet i korporativni dizajn AVIA kao i zaštitu brenda i žiga. A, odgovorna je i za strateški rast AVIA brenda.

BILTEN NNKS-WPC: Gde vidite porodični biznis u sektoru nafte i gasa posle 2040. godine?

SAMUEL HARTMANN: Teško je predvideti kako će porodični biznis u naftnom i gasnom sektoru izgledati posle 2040, jer mislimo da će se sektor mnogo promeniti u narednom periodu. Verujemo da će sektor mobilnosti i energetika biti mnogo diversifikovaniji i digitalizovaniji u budućnosti. To znači da članice AVIA asocijacije ne samo da će morati da ponude veliki izbor trenutno dostupnih i novih proizvoda, već će morati da idu u korak sa digitalizacijom kako bi odgovorili na potrebe svojih budućih kupaca. Da bi održale konkurentnost članice asocijacije AVIA moraće da se prilagode na promenjene tržišne uslove do 2040. godine.

INTERVIEW: Samuel Hartmann, Brand & Project Manager Europe, AVIA International

Member companies that operate in sixth family generation

Recruitment of young talents is one of the main challenges in developing family business in oil and gas sector, says in an interview for Bulletin of National Petroleum Committee of Serbia Samuel Hartmann, Brand & Project Manager Europe at AVIA International. This association gathers over 90 independent member companies, some of them operate already in the sixth family generation..

By *Vladimir Spasić*



NPCS-WPC BULLETIN: What does family owned business in the oil and gas sector mean, explaining it by the example of the history of AVIA?



SAMUEL HARTMANN: In 1927, as an alternative to the major international oil companies, several independent oil importers came together in Switzerland under the name of AVIA. Over the years, these independent oil importers grew to family owned companies, which nowadays cover an important part of the oil and gas demand in various countries. Benefit of the advantages of one brand whilst remaining independent has shown as a persuasive concept, which is the reason why more and more family owned oil and gas companies join the AVIA association.

Today, we are proud that the AVIA International association counts over 90 independent member companies, some of them operate already in the sixth family generation.

NPCS-WPC BULLETIN: What are the main challenges in developing family business in this sector?

SAMUEL HARTMANN: For young talented people, the oil and gas sector might not be the most attractive one to start their career, comparing it to

sectors that are more sustainable or maybe more digitalized. For the recruitment of young talents, it is important to explain that our market is changing, moving also into digitalization, and that many new opportunities will appear!

Furthermore, the management of succession is a well-known issue in family owned enterprises, also in this business sector. Who is able and willing to overtake the family business? - Sooner or later, this is a question that each AVIA member company has to ask itself!



NPCS-WPC BULLETIN: Is AVIA a franchising model?

SAMUEL HARTMANN: AVIA is not a franchising model. The independent AVIA member companies are co-owners of the AVIA collective trademark and pay yearly contribution fees to cover the service costs of AVIA International. Within the organizational form of AVIA, we live a bottom up structure, whereas in a franchising concept it is top down.



NPCS-WPC BULLETIN: What are the main advantages that your organization is offering to private petrol stations compared with similar associations in Europe (European Confederation of Fuel Distributors (ECFD), UPEI, BFT – German Federal Association of Independent Petrol Stations etc.)?

SAMUEL HARTMANN: It is hard to point out advantages of AVIA International over the mentioned associations, as the tasks of AVIA International differ from the tasks of the mentioned associations.

European Confederation of Fuel Distributors (ECFD), UPEI, BFT - German Federal Association of Independent Petrol Stations etc. are non-operational associations and represent the needs of independent brands, companies and associations of the fuel and oil sector in the legislative bodies.

AVIA International is an association operating in the name and on behalf of the AVIA member companies and mainly responsible for the management of the Community Trade Mark (CTM) AVIA. Furthermore, AVIA International is in charge of the Corporate Identity and Corporate Design of AVIA as well as concerned for the brand and trademark protection.

In addition, AVIA International is responsible for the strategic growth of the AVIA brand.

NPCS-WPC BULLETIN: Where do you see family business in sector of oil and gas after 2040?

SAMUEL HARTMANN: It is difficult to predict how the family business in the oil and gas sector will look like after 2040, as we think that this sector will change a lot during this period of time.

We believe that the mobility and energy markets will be more diversified and more digitalized in future. This means that the AVIA member companies will not only have to offer a great range of current and new products, but also keep track of the digitalization to cover all the needs of our future customer. To stay competitive in a changing market, it will be important that the current AVIA family companies can adapt to this market situation until 2040.

INTERVJU: Jelena Radun, Predsedavajuća skupštine i vlasnik Radun AVIA

Ipak smo u jednoj zdravoj trci i zdravom biznisu

Pet velikih inostranih kompanija na srpskom tržištu diktiraju tempo investicija i stvara oštru konkurenciju, koja nameće jako intenzivan rad na svim poljima što je izazov za našu porodicu i za naš menadžment, kaže Jelena Radun, ispred kompanije Radun AVIA. U intervjuu za kvartalni Bilten Nacionalnog naftnog komiteta Srbije ona nam objašnjava sa kojim se izazovima suočava porodični biznis u naftnom sektoru u Srbiji iz ugla jedne od retkih porodičnih kompanija koja već više od 30 godina uspešno posluje.

Vladimir Spasić



BILTEN NNKS-WPC: Iz Vašeg iskustva šta je porodični privatni biznis u naftnom i gasnom sektoru? Koja je vaša definicija?

JELENA RADUN: Porodični privatni biznis u naftnom i gasnom sektoru je poslovanje gde se veliki iznosi uglavnom "tuđeg" novca (ili novca nekoliko dobavljača ili novca banaka) prometuju radi relativno malih zarada (u odnosu na obrt). Posao iziskuje mnogo napora u svim oblastima poslovanja da bi promet tekao bez problema i da bi obrt bio zadovoljavajuće veliki kako bi se ostvarila profitabilnost. Pod uslovom da se ne greši mnogo i trči brzo to je u isto vreme i jedan stabilan, zdrav posao koji se radi manje-više na sličan način svuda u Evropi.

BILTEN NNKS-WPC: Koja bi bila kratka istorija Vaše kompanije? Kako od jedne benzinske stanice do sistema Radun AVIA - "Više od kompanije"?

JELENA RADUN: Pre više od 30 godina Ilija Radun, moj otac, rešio je da komfor profesionalno ostvarenog magistra, odbaci i među prvima iskoristi mogućnost otvaranja privatne firme, a ubrzo posle toga započne izgradnju jedne od prvih privatnih benzinskih stanica u tadašnjoj SFRJ na izlazu iz Novog Sada. Uskoro je izgradio još dve benzinske stanice i proširo delatnost i mimo naftnih derivata.

Godine sankcija i bombardovanje donose mnogo poslovnih teškoća, a onda je 2000-te godine moj otac iznenada preminuo, pa smo posao nastavile moja majka i ja (kasnije nam se priključila i moja mlađa sestra).



U 2003. sa velikim promenama svuda oko nas, zajedno sa novim partnerima Petrobartom iz Beograda koji je doveo AVIA udruženje na naše tržište, potpuno renoviramo i modernizujemo naš prvi objekat i priključujemo ga AVIA lancu benzinskih stanica koji broji 3.000 pumpi širom Evrope.

Petrobart je franšiznim modelom širio AVIA brend u Srbiji, dok je zajednička firma Radun AVIA zakupljivala i direktno vodila benzinske stanice, takođe sa AVIA brendom. Proširenje broja stanica išlo je postepeno i obazrivo, sve više su to bila manja mesta i veoma često mali objekti, ali glavni kriterijum pri izboru je bila profitabilnost stanica.

U 2017. godini Petrobart je doživeo teške dane i prestao sa radom i na kraju izašao iz Radun AVIA d.o.o. Radun AVIA sada širi AVIA brend i franšiznim modelom, ali glavninu lanca čini 25 benzinskih stanica koje mi direktno vodimo.

Kada kažem mi, mislim na tim od blizu 250 ljudi koliko je zaposleno u našim firmama.

BILTEN NNKS-WPC: Koja su osnovna ograničenja u razvoju porodičnog biznisa u ovom sektoru kada govorimo u Srbiji?

JELENA RADUN: Na maloprodajnom tržište Srbije pet velikih inostranih firmi (u koje ću ubrojiti i NIS Gaspromnjeft gde većinski paket pripada inostranoj firmi) vodi oko 40% objekata na kojima se prodaje 75% količina prodatih u maloprodaji u Srbiji. Samim tim ove uglavnom jako velike kompanije sa velikim resursima diktiraju tempo investicija, inovacija i generalno tempo borbe za potrošača.

Pratiti tempo ovih firmi, koje dominiraju i na neki način vode tržište, je skoro nemoguće za firmu sa kapacitetima porodičnog biznisa. Uz to, mnoge "karte" po pitanju lokacija su davno podeljene i vrlo je teško na kvalitetan način proširiti mrežu u situaciji kad je proširenje mreže u planu praktično svim vodećim igračima na tržištu sa značajno većim kapacitetom u svakom smislu.

BILTEN NNKS-WPC: Koji su bili najveći izazovi u Vašem poslovanju?

JELENA RADUN: Ako pogledam unazad u period partnerstva sa Petrobartom, veliko smanjenje razlika u ceni u veleprodaji bio je izazov koji Petrobart nije uspeo da prevaziđe što je delimično osetila i naša zajednička firma.

Izazovi u maloprodaji se uglavnom vrte oko stalnog rasta troškova, posebno troškova ispunjavanja novih, sve viših i sve skupljih zakonskih zahteva iz brojnih oblasti, tehničke opremljenosti, ekologije, PP zaštite, bezbednosti i zdravlja na radu, zapošljavanja i svih drugih. Mnogi troškovi taksi i naknada su se tokom godina samo uvećavali što u brojnosti što u visini, a prodaja odnosno potrošnja privrede i stanovništva nije rasla ni približno istim tempom.



U novije vreme pojavio se i problem obezbeđenja radne snage koji je prouzrokovao dodatne tenzije u radu svih zaposlenih i naravno opet dodatne troškove.

Ima perioda kad se rast troškova poklopi sa rastom prodaje i rastom marži, pa je i slika profitabilnosti solidna, ali bilo je godina kad je neminovan rast troškova praćen smanjenim maržama i prodajom, koja stagnira, i tada su pokazatelji profitabilnosti daleko od atraktivnih.

Tempo promena i oštra konkurencija velikih igrača nameće jako intenzivan rad na svim poljima što je izazov za našu porodicu i za naš menadžment i njihove timove. Mislim da imamo vrlo dobar tim sa kojim mi je zadovoljstvo raditi, ali konstantne promene i unapređenje su neophodne. To je naravno izazov svuda u privredi, ali su resursi sa kojima se sa tim izazovom borite, kada je reč o porodičnom biznisu često skromniji.

JELENA RADUN: Po mom mišljenju fer konkurencija počinje sa jednakim pravilima za sve i odsustvom zloupotrebe položaja moći od strane velikih igrača.

Naše iskustvo govori da je po oba pitanja napravljen pomak u dobrom pravcu, ali da još ima prostora za unapređenje po mnogim pitanjima. Kad je jedan igrač na tržištu toliko veliki, kao što je slučaj kod nas, teško je povući liniju između prostog ostvarivanja ekonomije obima i nastupanja sa pozicije onog ko potpuno dominira tržištem. Ponašanje ostalih regionalnih kompanija ide u prilog zadržavanja postojeće strukture tržišta.

Sa druge strane, na lokalnom tržištu u manjem mestu ako korektno radite, slušate i uvažavate kupce i zaposlene i dalje možete da osvojite poverenje potrošača i poslujete stabilno. To mi daje osećaj da smo ipak u jednoj zdravoj trci i zdravom biznisu.



BILTEN NNKS-WPC: Da li smatrate da su samo skladištenje i distribucija moguće oblasti za razvoj porodičnog biznisa u ovom sektoru u Srbiji?

JELENA RADUN: U trenutnim okolnostima verujem da je razvoj u ovom pravcu dosta zahtevan. Potrebna su velika finansijska sredstva, ali i znanje i spremnost na rizik. Poslovanje u ovom segmentu tržišta se od nedavno dodatno koncentriše, ali i pored toga finansijski rezultati nisu spektakularni.

BILTEN NNKS-WPC: Šta je za Vas fer konkurencija i da li tako nešto postoji u Srbiji?

BIOGRAFIJA

Jelena Radun

Obrazovanje: BA Hons, Business Administration and Management, European Business School, London

Karijera:

Pozicija danas: - Radun AVIA d.o.o predsedavajuća skupštine i vlasnik

- Konstantan angažman: od 1998 u porodičnoj firmi u Novom Sadu, Benzinska stanica Radun/Radun AVIA

Rad po ugovoru:

- 2003-2006 pri Ministarstvu Rudarstva i Energetike, Ekonomista u Interanacionalnom savetničkom odboru za Panevropski naftovod, IFC International Finance Corporation - World Bank Group

- 2006 Konsultant - Parpinelli TECNON, Lombardy, Italy

INTERVJU: Nataša Vukšić, direktor Maloprodaje MOL Serbia

Ukrupnjavanje kapitala je trend koji dotiče i našu industriju

MOL Serbia nudi COCA model poslovanja po kome preduzetnik ima mogućnost da profesionalno upravlja servisnom stanicom, koja je u našem vlasništvu. Naše dosadašnje iskustvo pokazuje da neke od stanica jesu pravi porodični biznisi koji upošljavaju celu porodicu i da su naši partneri zbog toga veoma posvećeni poslu i motivisani za postizanje uspeha, kaže za za Bilten Nacionalnog naftnog komiteta Srbije **Nataša Vukšić**, direktor Maloprodaje MOL Serbia.



BILTEN NNKS-WPC: Iz vašeg iskustva šta je porodični privatni biznis u naftnom i gasnom sektoru? Koja je vaša definicija?

NATAŠA VUKŠIĆ: Privatni biznisu u našoj industriji podelila bih na dve vrste – prvoj pripadaju biznisi koji, u današnje vreme, hrabro i bez dileme pokreću članovi porodice za buduće generacije, a druga su ona preduzeća koja su u vlasništvu porodice nekoliko generacija i samo upravljanje je podređeno interesima porodice. Osluškujući tržište i u skladu sa industrijom u okviru koje posluje, MOL Serbia je odlučila da svojim partnerima ponudi različite oblike saradnje i podrške, kako bi dala podsticaj razvoju preduzetništva. Kao kompanija koja posluje na srpskom tržištu više od 15 godina, ponudili smo dva modela poslovanja našim partnerima.



Prvi, franšizni tip poslovanja i saradnje sa MOL Serbia - takozvani DODO model i ulazak u partnerstvo sa IOC i NOC kompanijama, kao i saradnju sa stanicama u privatnom vlasništvu.

Kao jedan od najpopularnijih oblika saradnje, MOL Serbia nudi COCA model poslovanja po kome preduzetnik ima mogućnost da profesionalno upravlja servisnom stanicom, koja je u našem vlasništvu. Naše dosadašnje iskustvo pokazuje da neke od stanica jesu pravi porodični biznisi koji upošljavaju celu porodicu i da su naši partneri zbog toga veoma posvećeni poslu i motivisani za postizanje uspeha.

BILTEN NNKS-WPC: Koja su Vaša iskustva sa COCA modelom (Company Owned Commission Agent), ili drugim modelima organizacije maloprodaje?

NATAŠA VUKŠIĆ: COCA je poslovni model u kojem kompanija zadržava vlasništvo nad stanicom i daje je na upravljanje preduzetniku koji je vodi kao sopstveno preduzeće, zapošljava kadrove po svom izboru, organizuje posao u skladu sa zahtevima lokalnih procedura i zakonskih regulativa, a u okvirima MOL globalne i lokalne strategije. Za taj posao ne dobija fiksnu zaradu, već proviziju koja zavisi od ostvarenog uspeha u datom mesecu. Na ovaj način, od samog preduzetnika, njegovih upravljačkih veština zavisi i njegova zarada. Posebna pažnja posvećena je podršci koju dobija od kompanije - od stručnog usavršavanja, do namenskih treninga kako za njega, tako i za zaposlene na stanicama.



Važno nam je da na svim našim servisnim stanicama imamo isti kvalitet usluge i zbog toga ulažemo u treninge i obuke. Takođe, preduzetnik iza sebe kao podršku u poslovanju ima veliki sistem koji mu je na usluzi, ali i internacionalno znanje i prakse koje može da usvaja. COCA model u našem poslovanju se pokazao kao veoma primamljiv za preduzetnike širom Srbije, tako da sve stanice u vlasništvu MOL-a, a dve trećine ukupnog broja servisnih stanica MOL-a u Srbiji posluje baš po ovom modelu.

BILTEN NNKS-WPC: Koja su osnovna ograničenja u razvoju porodičnog biznisa u ovom sektoru?

NATAŠA VUKŠIĆ: Kada govorimo o stanicama koje su u privatnom vlasništvu preduzetnika ili franšizama, moram da napomenem da ih karakterišu pre svega neophodna velika početna ulaganja kako bi se krenulo sa radom. Visoki operativni troškovi poslovanja mogu da budu izazov naročito prilikom

nepovoljnih kretanja na tržištu kada su marže u pitanju. Iako se trenutno nalazimo u periodu kada su maloprodajne marže povoljne, iskustvo govori da ukoliko do pomeranja dođe, vrlo često na udaru budu baš stanice u privatnom vlasništvu. U COCA modelu poslovanja, partner sebe ne izlaže riziku, nema velike investicije i ne snosi operativne troškove poslovanja, koje pokriva kompanija. Dosadašnja praksa pokazuje da se COCA partneri najčešće suočavaju sa deficitom i poteškoćama u pronalaženju kvalifikovanih i motivisanih zaposlenih što im je i najveći izazov. Ipak u prednosti su i u ovom segmentu jer će zaposleni pre odlučiti da ostanu kod poslodavca iza koga stoji velika internacionalna kompanija koja svojim imenom, tradicijom garantuje sigurnost sa jedne strane, a sa druge strane otvara prostor za ličnu i profesionalnu nadogradnju i usavršavanje organizovanjem tailor made treninga iz prodaje i komunikacije kao što je MOL-ov interni SMILE program.

BILTEN NNKS-WPC: Koje su osnovne prednosti koje Vaša organizacija pruža privatnim benzinskim stanicama?

NATAŠA VUKŠIĆ: Glavna prednost koju MOL Serbia pruža je mogućnost ulaska u franšizni model poslovanja koji donosi brojne pogodnosti pre svega know-how kroz uređene procese i procedure rada za profesionalnije operativno poslovanje pod okriljem dobro poznatog brenda. Ovaj način poslovanja vam omogućava partnerstvo u upravljanju modernom servisnom stanicom, mogućnost da sami utičete na nivo svoje finalne zarade, ali i odlične uslove rada u dinamičnoj industriji sa operativnim know-how sistemom i strateškom podrškom u poslovanju.

BILTEN NNKS-WPC: Gde vidite porodični biznis u sektoru nafte i gasa posle 2040. godine?

NATAŠA VUKŠIĆ: Ukupnjavanje kapitala je trend koji dotiče i našu industriju. Srbija je poznata po velikom broju stanica koje su porodični biznisi ili manji lanci benzinskih stanica. Tendencija na tržištu, posebno vidljiva na zrelijim tržištima u okruženju, je da se njihov broj smanjuje, najpre kroz ulazak u franšizu. Preduzetnik na samom početku ostaje vlasnik imovine, u sledećem koraku otvara se mogućnost da imovina pređe u vlasništvo internacionalne naftne kompanije (IOC) ili ije (NOC).

U tom slučaju vlasnici porodičnih firmi ili preduzetnici mogu izabrati da potpuno izađu iz biznisa ili da ostanu kao profesionalni menadžeri i nastave da rukovode stanicom. Kako je tržište nafte i gasa specifično, COCA model vidim kao priliku i pravac koji može da bude podsticajan za razvoj porodičnog biznisa u ovom sektoru.

BIOGRAFIJA

Nataša Vukšić, direktor Maloprodaje MOL Serbia

Nakon studija menadžmenta karijeru je gradila na različitim menadžerskim pozicijama u regionalnim i internacionalnim kompanijama. Ima više od 20 godina radnog iskustva u proizvodnji i komercijali. U kompaniju MOL Serbia došla je u februaru 2012. godine. Tokom višegodišnjeg rada u kompaniji značajno iskustvo stekla je na poziciji menadžera prodaje i marketinga. Od 2016. godine nalazi se na poziciji direktora Maloprodaje MOL Serbia. Širenje i razvoj maloprodajne mreže, predstavljanje franšiznog poslovanja u naftnoj industriji na tržištu Srbije, uvođenje novih formata i proizvoda samo su neki od dostignuća tokom karijere u MOL Serbia.



**TRAŽIMO
PREDUZETNIKA
KOJI ĆE UPRAVLJATI
NAŠOM SERVISNOM
STANICOM**



INTERVJU: Nikola Gvozdrenović, direktor kompanije Adeco

Ako želite kvalitetan rast, morate izaći na strana tržišta

Najveći izazov u poslovanju porodične firme u naftno-gasnom sektoru je prepoznati zahteve svakog tržišta, a zatim osmisliti proizvod, koji će biti dostupan kupcima, kaže Nikola Gvozdrenović, direktor kompanije Adeco.

Vladimir Spasić



BILTEN NNKS-WPC: Iz Vašeg iskustva šta je porodični privatni biznis u naftnom i gasnom sektoru? Koja je Vaša definicija?

NIKOLA GVOZDRENOVIĆ: Jednostavne definicije verovatno nema, jer je svako iskustvo jedinstveno. Moje iskustvo jeste da je potrebno da imate dobru ideju i da na njoj onda jako predano i vredno radite, da imate strpljenja i snage da tu svoju ideju ili viziju snažno gurate do iznemoglosti.



BILTEN NNKS-WPC: Koja su osnovna ograničenja u razvoju porodičnog biznisa u ovom sektoru kada govorimo u Srbiji?

NIKOLA GVOZDRENOVIĆ: Veći period našeg poslovanja ograničenja su se ogledala u nedostatku materijalnih sredstva za ulaganje u opremu u proizvodnji i u objekte. Danas to nije toliko ograničenje iz razloga što su poslovne banke u velikoj meri poboljšale uslove kreditiranja smanjenjem kamatnih stopa, a i Pokrajina i Republika često raspisuju konkurse za investicije sa solidnim subvencijama. Ograničenje je i tržište Srbije koje je relativno malo, tako da ako želite da imate

kvalitetan rast, morate sa svojim proizvodima izaći iz okvira domaćeg tržišta.

BILTEN NNKS-WPC: Koji su bili najveći izazovi u Vašem poslovanju?

NIKOLA GVOZDRENOVIĆ: Najveći izazovi su bili i biće prepoznati zahteve svakog pojedinačnog tržišta i kupaca na tim tržištima, osmisliti i dizajnirati proizvod koji će zadovoljiti njihove potrebe, i u odnosu na kvaliteta i u odnosu na dizajn proizvoda, a istovremeno omogućiti da taj proizvod bude dostupan kupcima u smislu optimalne cene i dobre distribucije.





BILTEN NNKS-WPC: Da li smatrate da su samo skladištenje i distribucija moguće oblasti za razvoj porodičnog biznisa u ovom sektoru u Srbiji?

NIKOLA GVOZDENOVIĆ: Smatram da su skladištenje i distribucija veoma važni u svakom poslu, zato što se u okviru ovih sektora mogu ostvariti značajne uštede u poslovanju za svako preduzeće, bez obzira da li se preduzeće bavi samo ovim poslovima ili uključuje i proizvodnju. Osim skladištenja i distribucije, mislim da proizvodnja takođe može biti interesantna u smislu profitabilnosti za razvoj porodičnog posla u Srbiji. Mi to radimo već 28 godina i svedoci smo da proizvodnja pod sopstvenim brendom može biti uspešna kako na domaćem, tako i na inostranim tržištima. Za ovo jeste potrebno više rada, zalaganja i vremena, ali ako pratite šta kupci i tržište traže i žele da kupe, sigurno može biti solidan potencijal za razvoj.

BILTEN NNKS-WPC: Šta je za Vas fer konkurencija i da li postoji u Srbiji?

NIKOLA GVOZDENOVIĆ: Fer konkurencija jeste da svi učesnici na tržištu poslujemo pod istim uslovima. Mislim da Srbija još nije u potpunosti stigla do takvog okruženja. Sa jedne strane imamo sivu ili polu sivu zonu u kojoj neki posluju, a sa druge strane imamo preduzeća ili kompanije koje imaju izvesne benefite od države. I jedni i drugi su u povlašćenom položaju naspram onih "u sredini".

BIOGRAFIJA

Nikola Gvozdenović je rođen 1976. godine i završio je saobraćajnu školu Pinki u Novom Sadu. Radi u Adeco doo od 1994. godine.

PIŠE: Miroslav Gvozdenuvić, osnivač kompanije Adeco

Iskustvo u razvoju porodične kompanije u naftnom sektoru



Odluku da osnujem preduzeće Adeco doneo sam 1991. godine u vreme sankcija i početka hiper inflacije. Osnovni povod je kakva budućnost čeka moje sinove i gde će oni raditi kad jednog dana završe škole, fakultete?

Takođe moje iskustvo kad sam radio kao inženjer u Rafineriji nafte Novi Sad da veliki proizvođači poput rafinerije nisu zainteresovani za male serije i količine. Bili su to ulja i omekšivači za kablovsku i gumarsku industriju, tekstilnu i kožarsku industriju. Tu sam video šansu za malo preduzeće. Tako smo počeli, sa pozajmljenim kapitalom od 5.000 DM.

Jedan prijatelj mi je ustupio deo svog poslovnog prostora, na otpadima sam našao stare pumpe, elektro motore i rezervoare i opet prijateljskom pomoći smo to sve povezali i stavili u funkciju. Okupio sam 5-6 radnika i zajedno sa njima počeo proizvodnju.

Osnovno je da imaš proizvod koji je potreban tržištu, a zbog embarga tržište je bilo vrlo siromašno sa ponudom. Sve vreme svog postojanja Adeco proizvodnja je bila usmerena na tržište i na krajnje kupce. Pratili smo zahteve tržišta i svaku novu potrebu kupca pokušali bi odmah da zadovoljimo.

U tome su nam pomagali naši dobavljači Rafinerija Novi Sad kao i poznati svetski brendovi BASF, Clariant, Lubrizol, Ethyl, Infineum i drugi. Pored najkvalitetnijih sirovina i aditiva, davali su nam i recepture za proizvode najnovije generacije.

Pored novih proizvoda, tehnologija i opreme, Adeco je mnogo radio i na prijemu kvalitetne radne snage, na njihovoj edukaciji i usavršavanju, kako bi mogli da izvršavaju složene tehnološke zadatke u proizvodnji proizvoda vrhunskog kvaliteta. Kvalitet proizvoda je vrlo važan, važniji i od cene.



Kupci koji su na početku našeg rada bili strateški, najvažniji, u međuvremenu su nestali (prestali sa proizvodnjom) Rekord – Rakovica, Zvezda-Gornji Milanovac, Eterna-Kula, Fabrika kablova Jagodina ili su promenule tehnologiju, Tigar-Pirot.

Početkom 2000. godine strani proizvođač ulja sklapa ugovor sa Adecom kao distributerom i posle 2-3 godine shvatamo da mu služimo za osvajanje tržišta, a kad to postigne da će nas ostaviti i iz tog razloga počinje da proširujemo našu proizvodnju ulja.

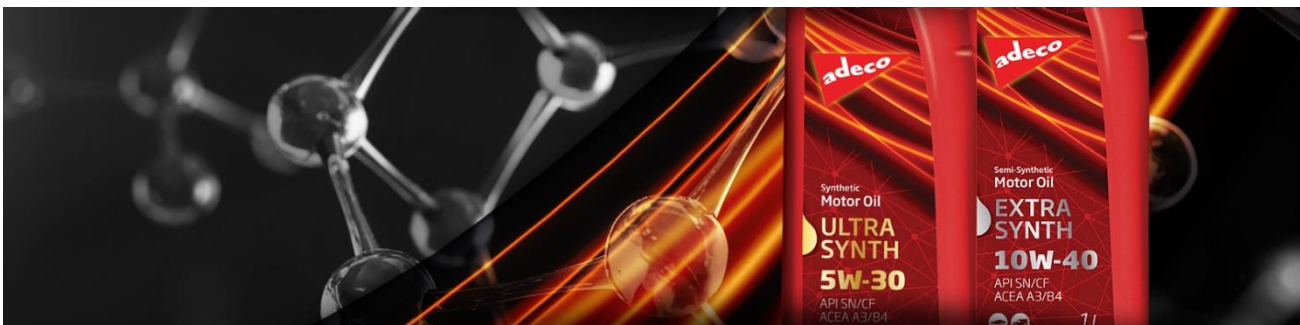
Danas Adeco proizvodi veliki asortiman motornih, industrijskih ulja i maziva, antifrizna, sredstva za pranje vetrobrana kao i srodnih petrohemijskih proizvoda.

Početkom 2007. godine dobijamo informaciju da je za rad Euro 4 dizel agregata, a u cilju smanjena emisije azotnog oksida, neophodan AdBlue i odmah krećemo sa distribucijom tog proizvoda koji proizvodi italijanska firma i ima zaštitni BlueBasic. Iz zakupljenih hala 2012. godine selimo se na novu lokaciju i prvu novu investiciju koju smo pokrenuli je bio pogon za proizvodnju AdBlue-a.

Uporedo sa osvajanje novih proizvoda, razvijali smo i laboratoriju da bi mogli da kontrolišemo kvalitet ulaznih sirovina kao i poluproizvode u svakoj fazi proizvodnje, a u cilju potrebe da proizvod koji stavljamo na tržište bude u skladu sa najvišim svetskim standardima.

Svakodnevno smo suočeni sa izazovima tržišta, ali Adeco tim koji danas oko 60 radnika od koji je 15 sa visokom i višom stručnom spremom, upravlja procesima koji postižu konstantan rast kvaliteta proizvoda i proizvodnje i osvaja nova tržišta i nove kupce.

Danas izvoz čini oko 40% ukupne proizvodnje kompanije. Adeco svoje proizvode plasira na inostrana tržišta u preko 15 zemalja.



STRUČNI TEKST Piše: mr Aleksandar Nedučín

Porodični biznis u nafti i gasu - prošlost ili budućnost?



Po definiciji je porodični biznis (kod nas poznato i kao „porodična manufaktura“, u engleskom jeziku kao „*family business*“, „*family-owned*“, „*family controlled*“, „*family managed*“, „*business houses*“) onaj u kome aktivno učestvuje kao vlasnik ili upravljač više od jednog člana iste porodice.



Smatra se verovatnim da je briga (porodičnog) preduzetnika za više od pukog „preživljavanja“ firme veća od brige prosečnog zaposlenog, koji nije u porodici, s tim što je njegova briga usmerena još i na obezbeđivanje uslova za život i sledeće generacije porodice. Istraživači *David Simon* i *Michael Hitt* su došli do saznanja da je uspeh firme direktno povezan sa uspešnošću upravljanja nad sledećih pet elemenata/resursa koje svaki porodični biznis poseduje:

1. Humani kapital
2. Socijalni kapital
3. Finansijski kapital
4. Kapital preživljavanja - spremnost članova familije da ulože besplatan rad ili podignu

hitan kredit kada je to potrebno za normalan rad firme

5. Troškovi uprave - porodična firma smanjuje ili u potpunosti eliminiše ove troškove (dokumenti ili mehanizmi kojima se sprečava krađa ili prate radne navike zaposlenih) jer su zaposleni i menadžeri bliski među sobom i imaju poverenja jedni u druge

Po jednoj drugoj definiciji (*R. G. Donnelley*), to je firma za koju se usko povezuju bar dve generacije jedne porodice, i kada ta veza ima višestruki uticaj na politiku firme i na interese i ciljeve porodice. Predmet diskusije je i da li u širu definiciju treba da uđu i stepen kontrole nad strateškim odlukama od strane porodice i namera da posao ostane u porodici. Takođe, i da li u kriterijum za opredeljenje da li se radi o porodičnom biznisu treba uključiti udeo (procenat) vlasništva, kontrolu nad glasanjem, način donošenja strateških odluka, učešće više generacija porodice, aktivnu upravljačku strukturu članova porodice. Prema *Center for Family Business pri University of St. Gallen*, privatna firma se smatra porodičnom pod uslovom da porodica kontroliše više od 50% glasačkog prava, dok se javna kompanija (vlasništvo je organizovano putem deonica) definiše porodičnim vlasništvom ako porodica drži bar 32% udela u glasačkom pravu.

Po *London Business School* iz jula 2017., jedva trećina porodičnih firmi „preživi“ tržišnu borbu i pređe u drugu generaciju, a preko treće generacije 10 – 15% originalnih firmi ostaje u rukama osnivača.

Osim što u značajnoj meri doprinose nacionalnoj ekonomiji, porodične firme su važne zbog svoje stabilnosti na duge staze, odgovornosti koju imaju kao vlasnici, vrednosti iza kojih stoje, posvećenosti lokalnim sredinama u kojima deluju. Veoma je bitno kako se balansira između tri najvažnija elementa porodičnog biznisa : „porodice“, „biznisa“ i „vlaništva“. Jer, ukoliko to nije urađeno na pravi način, konflikti mogu da dovedu do kraja firme.

Rasprostranjenost prodičnih firmi je veoma velika, od lokalnih, preko malih i srednjih koje su kičma velikog broja nacionalnih ekonomija, do globalno poznatih i prepoznatljivih. Istraživanjem tržišta se dolazi do podatka da je porodični biznis predstavljen sa dve trećine ukupnog svetskog biznisa, da generiše preko 70% BDP-a na globalnom nivou, da u mnogim zemljama drži 50 – 80% radnih mesta. *European Family Businesses (Evropska federacija nacionalnih asocijacija malih, srednjih i velikih porodičnih preduzeća)* računa da 60 – 90% svih kompanija u Evropi čine porodične firme. Odnosno, većina malih do srednjih preduzeća (po EU kriterijumu su to ona sa do 250, a u SAD do 500 zaposlenih), a naročito mikro i mala preduzeća, su porodična, kao što velika većina porodičnih spada u ovu kategoriju. Zatim, većina start-up firmi počinju kao porodični biznis. *Evropska Komisija* je donela *Programme for the competitiveness of enterprises and small and medium-sized enterprises (2014-2020) (COSME)* u cilju pomoći ovim preduzećima u rastu i osnaživanju konkurentnosti i održivosti, kao i lakšem pristupu garancijama, kreditima i kapitalu u svim fazama njihovog životnog ciklusa - od stvaranja, preko širenja, do prenosa posla.

Posmatrajući aktuelne trendove u poslovanju i teme koje se nalaze u žiži interesovanja porodičnih firmi, to su nedvosmisleno inovacije koje će, ukoliko se one na vreme „ukrcaju“ u voz promena, praviti razliku u odnosu na druge firme iz branše kojom se bave. Interesantno je da se pokazalo da se prijemčljivost za inovacije porodičnih firmi sa tradicijom od pedeset i

više godina, može porediti sa inovativnošću novonastalih firmi iz tehničkog ambijenta, čak ih ponekad i nadmašuje. Uzrok ovom paradoksu se vidi u slobodi odlučivanja za ulaganje u istraživanje i razvoj, porodica ne mora nikom da odgovara za visinu dela prihoda koji će namenuti za ove svrhe. Efekti inovacija se očekuju na duge staze, a ne za nekoliko meseci ili godinu dana, što omogućavaju strpljenje i poslovna politika koji nisu svojstveni neporodičnim firmama.



Sa novim tehnologijama dolazi do promena u nizu segmenata, a one se ubrzavaju u izrazito tržišno orijentisanim ekonomijama sve više. Borba sa novim poslovnim i drugim izazovima, i adaptiranje na nove uslove koji su diktirani zahtevaju odgovor na promene gotovo u realnom vremenu. Strateško investiranje u inovacije i nove tehnologije je veoma bitno, ali jedan deo porodičnih firmi ipak razmišlja i o diverzifikaciji usluga i proizvodnje kojom se bave. Predstavnici porodičnog biznisa za sebe kažu da su najodrživiji i najdinamičniji poslovni model koji opstaje generacijama. Porodični biznis raste, zapošljava nove ljude, inovira se, godinama posle smrti osnivača.

U anketi sa temom ključnih prioriteta u naredne dve godine, porodične firme su se izjasnile da je za njih ubedljivo na prvom mestu povećanje profitabilnosti, a zatim privlačenje novih talenata i odlazak na nova tržišta.



Izazovi, na koje pravovremeni i pravi odgovori direktno mogu da utiču na rast, razvoj i budućnost firme u krajnjem slučaju, kreću se od onih koji su zajednički za sve, do onih koji su karakteristični samo za porodične. Međugeneracijskom prenosu „biznisa“ se pridaje najveći značaj, jer se ne radi o jednokratnom događaju, nego o procesu koji se brižljivo unapred planira kako bi bio što uspešnije izveden. Tim pre što generacijski jaz može da oteža međusobnu komunikaciju. Razlike u postupku postoje ne samo u veličini firme, nego i veličini porodice i starosti firme. Posebno je delikatan prenos vlasništva.

Širenjem posla, u slučaju da članovi porodice - vlasnik firme, zaključuje da ne mogu da se dovoljno dobro nose sa novim okolnostima/izazovima, da nisu dovoljno kompetentni i da ne bi bili dovoljno uspešni, u 33% firmi ovog tipa se razmatra dovođenje dokazanih profesionalaca sa strane na rukovodeću poziciju (podatak iz 2017. god.).

Prosečna starost prvih 500 porodičnih firmi u svetu je 88 godina, najstarija na toj listi je japanska *Takenaka Corporation* (potiče iz 1610. god.). Na jednoj listi najstarijih, na prvom mestu se nalazi japanska *Hoshui Ryokan* (osnovana 718. god.,

proteže se 46 generacija, bavi se hotelijerstvom), pa italijanska *Pontificia Fonderia Marinelli* (potiče iz 1000. godine, bavi se proizvodnjom crkvenih zvona). Po drugom izvoru je to japanska građevinska firma *Kongo Gumi* iz 578. god., u porodičnom vlasništvu je bila preko 1.400 godina, sve do 2006.

I pored prednosti koje ovaj tip firmi ima u odnosima sa klijentima i partnerima u poslu, negativna percepcija u mnogim zemljama postoji na tržištu rada prema njima, jer se doživljavaju kao sredine u kojima su izraženi nepotizam i paternalizam, u kojima ne-članovi familije vlasnika, često i sa većim stepenom obrazovanja i znanja, lošije prolaze od članova. Pokazalo se da je to slučaj koji se češće pojavljuje u manjim firmama. Privlačenje i zadržavanje stručnog kadra predstavlja tada velik problem.

O obimu porodičnog biznisa (uveliko odomaćen izraz za posao, pogotovo kada se radi o privatnom) kod nas nema puno podataka, pa su u medijima preneti rezultati istraživanja prema kojima je 70% firmi i dalje u rukama osnivača, dok je druga generacija nasledila trećinu, a treća generacija je na čelu samo 2,4% porodičnih firmi.

Za razliku od Evrope, gde prva generacija upravlja samo u trećini, druga ili treća generacija u polovini, a četvrta u 18% ovih firmi. U kojoj meri je država (ne naša, još) zainteresovana za budućnost porodične firme pokazuje primer iz Holandije gde se država obraća vlasniku (55 god.) zahvaljujući mu se na zapošljavanju i društveno odgovornom poslu, interesujući se da li je odredio naslednika. Ako nije, država će mu pomoći u transferu na sledeću generaciju.

S obzirom da se najčešće poredimo sa zemljama u regionu, uzimajući ovom prilikom Bugarsku kao primer, neka to bude i u domenu porodičnog biznisa. Po podacima objavljenim 2017., porodična preduzeća čine 25% ukupnog broja aktivnih preduzeća, učestvuju sa 10,5% u BDP-u, u njima radi 16,2% ukupnog broja zaposlenih u državi.



Naftni biznis je i inače započet kao porodični. Prvi i najpoznatiji milijarder, Džon Rokfeler, osnovao je *Standard Oil* 1870. godine i gradio dinastiju na čelu firme, koja se u raznim oblicima (uključujući i *EXXON*, *Mobil*, *Chevron*, *Marathon Petroleum*) održala do dan danas.

Po *Credit Suisse*, doduše iz 2015. godine, na listi od 21 najvećih porodičnih firmi u svetu se nalaze dve koje su iz domena naftne i gasne privrede - na 18. mestu je američki *Phillips 66*, vredan 43 milijarde dolara, u vlasništvu istoimene porodice, a na 9. mestu takođe američki *Kinder Morgan*, „težak“ 90 milijardi, u vlasništvu porodice Kinder koja, između ostalog, poseduje i operiše sa 136.000 kilometara gasovoda i naftovoda, i 152 terminala). Na prvom mestu ove liste je proizvođač lekova *Novartis*, u vlasništvu porodice *Sandoz*, vredan 279 milijardi dolara.

Po *EY Family Business Yearbook 2017*, koju izdaje napred pomenuti *University of St. Gallen*, na listi od 50 najvećih porodičnih firmi u svetu, iz oblasti nafte i gasa su sledećih šest:

- (8. mesto) *Koch Industries* (osnovana 1940., proizvodnja i prerada nafte i distribucija derivata, između ostalog, zapošljava 120.000 ljudi u 60 zemalja, godišnji prihod na nivou *Microsoft-a*),
- (12.) švajcarski *Gunvor SA* (jedan od najvećih svetskih trgovaca naftom i naftnim ferivatima, akcionar u rafinerijama, naftovodima, terminalima),
- (16.) indijski *Reliance Industries* (istraživanje, proizvodnja i prerada nafte i gasa, vlasnik najveće rafinerije na svetu, Jamnagar - instalisanog godišnjeg kapaciteta od oko 50 miliona tona; aktivni još u telekomunikacijama, tekstilnoj industriji itd.),
- (28.) danski *AP Moller/Maersk Group* (istraživanje i proizvodnja nafte i gasa, transport nafte),
- (33.) japanski *Idemitsu* (prerada nafte - 4 rafinerije ukupnog godišnjeg kapaciteta od oko 25 miliona tona, 5.200 benzinskih stanica, naftne platforme, petrohemijska proizvodnja),
- (48.) američki *Enterprise Products Partners LP* (prerada, transport i skladištenje gasa; transport tečnih etana, propana, butana itd.; transport i skladištenje sirove nafte, derivata nafte i petrohemijskih proizvoda).

Još nekoliko američkih kompanija koje su u porodičnom vlasništvu, su *Hunt Oil Company* i *Murphy Oil Corporation* (istraživanje i proizvodnja nafte) i nekoliko evropskih, proizvođača opreme za ovu industriju.

U Evropi postoji više asocijacija koje okupljaju porodične firme angažovane u naftnom i gasnom sektoru. Neke od njih su:



UPEI je asocijacija oko 2.000 evropskih uvoznika i distributera na

veliko/malo naftnih derivata, nezavisno od glavnih naftnih proizvođača. Obuhvata nacionalne asocijacije (Belgija, Hrvatska, Češka, Francuska, Nemačka, Italija, Holandija, Slovačka, Slovenija, Engleska), po jednu kompaniju iz Češke, Estonije, Finske, Mađarske, Irske, Latvije i dve iz Španije, te AVIA INTERNATIONAL iz Švajcarske, kao pridruženog člana. Nezavisni isporučioци pokrivaju trećinu evropskog tržišta.

The European Confederation of Fuel Distributors



Radi se o krovnoj asocijaciji federacija distributera lož-ulja Austrije, Belgije, Francuske, Nemačke, Irske

i Engleske, i nezavisnih vlasnika benzinskih pumpi Austrije, Belgije, Francuske i Nemačke. Zapošljava preko 200.000 ljudi, predstavlja više od 10.000 distributera, zagreva 20 miliona domova u Evropi.



U svom sastavu AVIA International ima 90 preduzeća srednje veličine sa preko 3.000 benzinskih stanica u 15

zemalja Evrope (Belgija, Bugarska, Nemačka, Francuska, Italija, Holandija, Austrija, Poljska, Portugalija, Švajcarska, Srbija, Španija, Češka, Mađarska, Ukrajina).



Na kraju, i odgovor na pomalo pretenciozno pitanje iz naslova. Privatnom biznisu u naftnom i gasnom sektoru energetike svakako pripada prošlost, jer se on zahvaljujući privatnoj inicijativi, preduzetništvu, spremnosti na rizik, hrabrosti, ali verovatno i beskrupuloznosti i bezobzirnosti samih aktera na samim počecima, i razvio.

Takođe pripada i sadašnjost, jer i pored nekoliko državnih, nacionalnih naftnih kompanija (Kina, Saudijska Arabija, Iran, Kuvajt, Venecuela, Norveška), nimalo loše ne ide ni privatnim multinacionalnim kompanijama, u vlasništvu jedne porodice, bilo da su angažovane u proizvodnji i preradi, ili servisne, ili proizvođači opreme.

Što se budućnosti tiče, dok ovom sektoru bude išlo dobro (a to će biti po svemu sudeći još dugo, čak i sa ovim cenama) ići će i porodičnim kompanijama. Izloženost izazovima raznih vrsta će biti permanentna i sve veća, nesigurnost ekonomska i politička sve veća. Sama činjenica da porodična preduzeća predstavljaju ključ i motor rasta globalne ekonomije, neće im pomoći ako ne budu pratila tehnološki napredak, ako inovativnost i privlačenje mladih i talentovanih ne budu prioriteta.

AKTIVNOSTI WPC I NNKS-WPC

Energetska tranzicija klimatske promene i inovativnim tehnologijama teme 23. WPC

HJUSTON – Dvadeset treći Svetski naftni kongres (WPC) postaviće scenu za diskusiju o energetske tranziciji, klimatskim promenama i inovativnim tehnologijama.

Zakazan za od 6. do 10. decembra 2020. godine u Houstonu, očekuje se da će okupiti predstavnike iz više od 100 zemalja, 50 ministara, 700 stručnih govornika, 1.000 medija i 10.000 delegata, uz tradicionalnu Svetsku izložbu nafte na 50.000 kvadratnih metara prostora Kongresnog centra George R. Brown u centru ovog tekšaškog grada.



Tor Fjaeran, predsednik Svetskog naftnog saveta (WPC), rekao je tokom brifinga za novinare 10. decembra da će taj događaj izbaciti u prvi plan "otvorenu i iskrenu" raspravu o važnim temama poput inovativnih rešenja koja mogu doneti sigurnu, čistu i pristupačnu energiju čitavom svetu.

"Zadatak WPC-a je da stvori tu arenu", rekao je Fjaeran. „Na učesnicima je da razgovaraju i da izgrade ideje.“

„Drago nam je“ – rekao je prvi čovek WPC – „što je toliko industrijskih lidera na najvišem nivou već potvrdilo svoje učešće u ovom događaju.“

Uvereni smo da će 23. Svetski naftni kongres u Hjustonu biti jedan od najvećih i najuticajnijih sastanaka za globalnu naftnu i gasnu industriju u narednim godinama“.

Generalnim direktorima vodećih međunarodnih naftnih kompanija Chevron, Equinor, Exxon Mobil, Total i Woodside, kao i globalnim uslužnim kompanijama Baker Hughes i Halliburton pridružiće se čelnici niza nacionalnih naftnih kompanija iz celog sveta.



Među već najavljenim istaknutim govornicima na kongresu u Hjustonu su: Roberto Castello Branco, CEO, Petrobras, Brazil, Kamel Eddine Chikhi, CEO, Sonatrach, Algeria, Peter Coleman, CEO, Woodside, Australia, Tor Fjaeran, President, World Petroleum Council, Mele Kolo Kyari, Group Managing Director, NNPC, Nigeria, Jeff Miller, President and CEO, Halliburton, USA, Patrick Pouyanné, Chairman and CEO, Total, France, Eldar Sætre, President and CEO, Equinor, Norway, Lorenzo Simonelli, Chairman and CEO, Baker Hughes, USA, Michael K. Wirth, Chairman and CEO, Chevron, USA, Darren Woods, Chairman and CEO, Exxon Mobil, USA.

Nacionalni naftni komitet Srbije ima svog predstavnika u programskom komitetu koji učestvuje u organizaciji ovog događaja.

Generalni sekretar NNKS učestvovao na sastanku Programskog komiteta WPC



HJUSTON - Generalni sekretar NNKS, prof. dr Goran Radosavljević, učestvovao je na sastanku Programskog komiteta WPC, od 8-12. decembra u Hjustonu. Kao član organizacionog odbora 23. Svetskog naftnog kongresa, koji će se održati od 6-10. decembra 2020. godine u Hjustonu, profesor Radosavljević je učestvovao u selekciji učesnika Kongresa. Tom prilikom su potvrđeni učesnici čiji su radovi prihvaćeni na tehničkim sesijama (Forumima) kao i učesnici čiji su radovi prihvaćeni na poster sesijama.



Članovi Programskog komiteta obišli su Džordž R. Braun konferencijski centar u kome će se održati sledeći kongres, gde ih je domaćin, Naftni komiteta SAD, upoznao sa dosadašnjim napretkom u tehničkom delu organizacije Kongresa. Kongresni centar se prostire na površini od oko 170.000m² zatvorenog prostora sa 105 kongresnih sala i oko 80.000m² izložbenog prostora.

Svetski naftni kongres je najvažniji događaj u sektoru nafte i gasa koji se održava svake treće godine na kome učešće imaju lideri iz celog sveta, uključujući šefove država, ministre energetike i direktore kompanija.

Očekuje se da će na Kongresu učestvovati više od 100 zemalja, 50 ministara, 700 stručnih govornika, 1.000 medija i 10.000 delegata, a paralelno će biti organizovana i Svetska izložba dostignuća iz sveta nafte i gasa. Do sada su učešće na kongresu potvrdili generalni direktori i predsednici kompanija Petrobras, Sonatrach, Woodside, NNPC, Halliburton, Total, Equinor, Baker Hughes, Chevron i Exxon Mobil.



Odbor direktora NIS-a usvojio Biznis plan za 2020. godinu

Odbor direktora NIS-a usvojio je 19. decembra Biznis plan za 2020. godinu. Ovim dokumentom je potvrđen nastavak sprovođenja ambicioznog investicionog programa. Tako će u dalji razvoj NIS-a u svim biznis segmentima biti investirano 37,5 milijardi dinara, a najviše ulaganja biće realizovano u istraživanje i proizvodnju nafte i gasa, dalji razvoj prerađivačkih kapaciteta i modernizaciju maloprodajne mreže.

Prioritet u oblasti istraživanja i proizvodnje u narednoj godini biće dalja realizacije programa bušenja i geološko istražnih radova na profitabilnim projektima u Srbiji i inostranim koncesijama, kao i nastavak trenda uvećanja rezervi kompanije.

Kada je reč o preradi, u 2020. godini biće pušteno u rad postrojenje za duboku preradu sa tehnologijom odloženog koksovanja u Rafineriji nafte Pančevo, nakon čega će NIS dobijati veće količine najkvalitetnijih derivata, a zapoćeće i proizvodnja novog proizvoda - koksa.

Osnovni pravac ulaganja u segmentu prometa naftnih derivata biće nastavak modernizacije maloprodajne mreže u Srbiji i regionu. Takođe, prioritet NIS-a u ovoj oblasti su i razvoj prodaje novog proizvoda, koksa, dalji razvoj prometa premijalnih goriva, kao i dodatnog asortimana.

U oblasti energetike, u 2020. godini biće finalizovana izgradnja i puštena u rad Termoelektrana-toplana (TE-TO) Pančevo koju NIS realizuje u saradnji sa „Gasprom energoholdingom“. Ovaj projekat izuzetno je značajan za NIS jer će se u novoj elektrani proizvoditi toplotna i električna energija prvenstveno za potrebe Rafinerije nafte Pančevo, dok će deo proizvedene električne energije biti usmeren u energetske sistem Srbije.

U narednoj godini NIS će nastaviti i sa procesom digitalizacije na svim nivoima kompanije i investirati u portfolio digitalnih projekata, čime se očekuju dugoročni efekti na pokazatelj EBITDA.

Takođe, u fokusu NIS-a biće dalja unapređenja u oblasti bezbednosti na radu i zaštite životne sredine kako bi se kompanija dodatno približila svom cilju u ovoj oblasti – radnim procesima bez povreda i negativnih uticaja na životnu sredinu.

Ugovor NIS-a i LUMMUS TECHNOLOGY o nabavci savremene tehnologije

Kompanija NIS potpisala je ugovor o nabavci savremene INDMAX tehnologije i baznog projekta za modernizaciju postrojenja katalitičkog krekina (FCC) u Rafineriji nafte Pančevo sa renomiranom međunarodnom kompanijom Lummus Technology (deo McDermott grupe). Ugovor, koji je deo projekta ukupno vrednog oko 80 miliona dolara, u Poslovnom centru kompanije u Beogradu potpisali su Vladimir Gagić, direktor Bloka Prerada NIS-a i Maurice Korpelshoek, direktor za marketing tehnologija Lummus Technology.



Realizacija ovog projekta NIS-u će doneti brojne poslovne i ekološke benefite. Nove tehnologije doprineće povećanju proizvodnje propilena, a biće izgrađeno i postrojenje za proizvodnju ETBE (visokooktanske komponente benzina), što će dodatno povećati vrednost korpe rafinerijskih proizvoda. Takođe, finalizacija projekta koja je planirana do drugog kvartala 2024. godine značiće unapređenje zaštite životne sredine kroz smanjenje emisija čvrstih čestica, a pored toga biće omogućena efikasnija proizvodnja benzina sa bio komponentom.

Kompanija NIS ostvaruje višegodišnju saradnju sa kompanijom Lummus Technology. Kompleks MHC/DHT (za blagi hidrokreking i hidrobradu), ključni projekat prve faze modernizacije Rafinerije i Postrojenje za duboku preradu, kao kapitalni projekat druge faze modernizacije prerađivačkih kapaciteta NIS, izgrađeni su po licencama Lummus Technology.



Rafinerija nafte u Pančevu jedna je od najmodernijih rafinerija u ovom delu Evrope sa maksimalnim godišnjim instalisanim kapacitetom prerade od 4,8 miliona tona.

Povodom potpisivanja ugovora Vladimir Gagić, direktor Bloka Prerada NIS, izjavio je:

„NIS deluje na veoma zahtevnom regionalnom tržištu naftnih derivata i zato je naše opredeljenje da stalnom modernizacijom jačamo konkurentnost Rafinerije nafte u Pančevu.

Nabavka nove tehnologije i izgradnja novog postrojenja u Rafineriji novi je korak u povećanju vrednosti korpe naših proizvoda, a za nas su jednako važni i ekološki efekti koje ćemo ostvariti. Veliko je zadovoljstvo što na ovom važnom projektu saradjujemo sa renomiranim kompanijama poput Lummus Technology, našeg višegodišnjeg partnera u modernizaciji prerađivačkih kapaciteta NIS“.

Uspešno završena važna etapa u izgradnji TE-TO Pančevo

U Pančevu je završena isporuka glavne opreme Termoelektrane-toplane (TE-TO) Pančevo, projekta koji na lokaciji Rafinerije nafte u Pančevu zajednički realizuju NIS (akcionarski udeo 49 odsto) i ruska kompanija „Gazprom Energoholding“ (51 odsto).



TE-TO Pančevo je prva gasno-parna elektrana u Srbiji, namenjena za kombinovanu proizvodnju električne i toplotne energije na bazi prirodnog gasa, jednog od ekološki najčistijih goriva. Proizvedena toplotna i električna energija koristiće se za potrebe Rafinerije nafte u Pančevu, dok će se višak električne energije prodavati u Srbiji.



Ukupna instalisana električna snage TE-TO Pančeva je oko 200 MW. U sastav glavne opreme energetskog postrojenja TE-TO Pančevo ulaze: dve gasne turbine sa generatorima, dva kotla-utilizatora i jedna parna turbina sa generatorom.

Izgradnja elektrane započeta je 7. marta 2019. godine, a puštanje u rad TE-TO Pančevo planirano je za 2020. godinu.

Na autoputu Beograd-Šid otvorena GAZPROM benzinska stanica



NIS je na autoputu Beograd-Šid otvorio još jednu digitalnu benzinsku stanicu. To je treći objekat pod okriljem brenda GAZPROM u našoj zemlji koji potrošačima nudi jedinstveno iskustvo kroz spoj savremenih tehnologija i vrhunskih proizvoda i usluga. Nova benzinska stanica „Krnješevci“ izgrađena je na mestu nekadašnjeg objekta brenda NIS Petrol čija je karakteristika „dvostruki prilaz“, odnosno objektu se može prići kako sa autoputa, tako i sa sporedne deonice koja vodi ka obližnjim naseljenim mestima, bez izlaska na autoput.

Objekat je izgrađen u skladu sa najvišim bezbednosnim i ekološkim standardima. Pored najkvalitetnijih naftnih derivata i bogatog izbora dopunskog asortimana, potrošačima su na raspolaganju mini teretana i igralište za decu. Jedna od glavnih karakteristika benzinske stanice „Krnješevci“ su veliki ekrani na kojima potrošači mogu da se informišu o ponudama, kao i specijalna rasveta u večernjim satima. Benzinska stanica „Krnješevci“ treći je ovakav objekat u maloprodajnoj mreži NIS-a, pored stanica „Velika Plana – desno“ i „Stari Banovci“, koje su otvorene u maju, odnosno avgustu 2019. godine.

Obeležena decenija poslovanja „Gasprom njefta“ u Srbiji

Svečanost povodom 10 godina poslovanja u Srbiji ruskog naftnog giganta „Gasprom njefta“, većinskog akcionara NIS-a, održana je 21. decembra u Domu Garde u Beogradu. Skupu su prisustvovali izaslanik predsednika Republike Srbije ministar privrede u Vladi Srbije Goran Knežević, predstavnici Vlade Srbije, predstavnici ambasade Ruske Federacije u Srbiji, menadžment NIS-a, javne ličnosti i predstavnici medija.



Pozdravljajući goste, Kiril Tjurdenjev, generalni direktor NIS, rekao je da su prethodnu deceniju obeležila značajna ulaganja u NIS i stalni razvoj kompanije.

„Sve to ne bi bilo moguće bez onog najvažnijeg, bez saradnje između Republike Srbije i kompanije „Gasprom njeft“, saradnje koja je omogućila da se sve to ostvari. „Gasprom njeft“ je doneo nove tehnologije, eminentne stručnjake, dok je Republika Srbija preko svojih resornih ministarstava i službi uvek podržavala NIS i nastavlja da to radi. Zahvaljujući tome smo za ovih 10 godina postigli uspeh. Hajde da nastavimo sa našom uspešnom saradnjom i da sa sigurnošću gledamo u budućnost. Pred nama su ambiciozni ciljevi i zadaci i mi ćemo ih ostvariti“, rekao je Tjurdenjev.

Izaslanik predsednika Republike Aleksandra Vučića, ministar privrede u Vladi Srbije Goran Knežević, preneo je najbolje želje predsednika Republike za budućnost NIS-a i Srbije.

Knežević je dodao da privreda Srbije raste iz godine u godinu, da rastu strane direktne investicije u našu zemlju, da Srbija ima suficit u budžetu treću godinu zaredom i da je nezaposlenost smanjena na ispod 10 odsto.



„U tom lancu uspeha jedna od najčvršćih i najvažnijih karika je NIS. Hoću da zahvalim i menadžmentu NIS-a i svim zaposlenima u NIS-u za sve ono što su uradili u proteklih 10 godina. Takođe, hoću da im čestitam na rezultatima koje su ostvarili u 2019. godini i poželim im još bolje rezultate u narednoj godini, a to možemo da ostvarimo. Hoćemo još bolje i još jače i još brže“, rekao je Knežević.



Ministar rudarstva i energetike u Vladi Srbije Aleksandar Antić zahvalio je „Gasprom njeftu“ na uspešnom partnerstvu i naveo da je NIS danas kompanija sa ambicioznom Strategijom razvoja koju su usaglasili akcionari i koja mora da nastavi sa ambicioznim ulaganjima.

„Deset godina smo se zajedno borili za NIS. Mislim da sa puno ponosa svi možemo da kažemo danas da je NIS ispunio naša očekivanja, da je to jedna snažna kompanija, lider u svojoj oblasti u ovom delu Evrope. To je kompanija koja se u proteklom periodu sa puno investicija, puno održivog razvoja, brige o životnoj sredini i brige o zajednici pokazala kao biznis, ali prilagođen ljudima, kao snažan pokretač društvene odgovornosti u poslovnom sistemu“, rekao je Antić.

Opravnik poslova ambasade Ruske Federacije u Republici Srbiji Denis Kuznedelev ocenio je da su dobri rezultati NIS-a odraz uspešne saradnje dve države u oblasti energetike.

„Danas je NIS u grupi nekoliko vodećih kompanija Srbije, životno važnih za srpsku privredu. Taj rezultat je rezultat efikasnog spoja srpskog ekonomskog potencijala, potencijala izuzetno obrazovanog i sposobnog srpskog radnika, koji požrtvovano radi za svoju državu i nove energije, novih ideja, modernizacije i novih tehnologija, velikih investicija koje je doneo „Gasprom njeft““, rekao je Kuznedelev.



Tokom protekle decenije, zahvaljujući strateškom partnerstvu sa Republikom Srbijom, NIS je iz lokalne naftno-gasne kompanije transformisan u jedan od vodećih energetskih sistema u jugoistočnoj Evropi koji u Srbiji i susednim državama angažuje preko 11.000 radnika. U razvoj NIS-a od 2009. godine uloženo je preko tri milijarde evra.

Od dolaska „Gasprom njefta“ proizvodnja nafte i gasa povećana je za više od 30 odsto. Pored Srbije, NIS istraživanje nafte i gasa, sprovodi u Rumuniji i Bosni i Hercegovini.

Rafinerija nafte u Pančevu jedna je od najmodernijih u ovom delu Evrope, a samo u prvu fazu modernizacije uloženo je više od 500 miliona evra. U Pančevu se proizvode goriva evropskog standarda kvaliteta, kojima NIS snabdeva domaće i tržište regiona.

NIS u Srbiji i zemljama regiona upravlja mrežom od preko 400 benzinskih stanica od kojih se 20 odsto nalazi van granica matične države. Zahvaljujući stalnom unapređenju kvaliteta proizvoda i usluga maloprodajni brendovi kompanije, NIS Petrol i GAZPROM, postali su sinonim za kvalitet, što je potvrđeno i brojnim nagradama.

Poslovanje NIS-a diversifikovano je na oblast proizvodnje električne energije otvaranjem malih gasnih elektrana na naftnim i gasnim poljima u Srbiji. U ovaj segment uloženo je oko 20 miliona evra. Pored Srbije, NIS poseduje licencu za trgovinu električnom energijom u Crnoj Gori, Rumuniji, BiH, Sloveniji i Mađarskoj.

Dalji razvoj NIS-a definisan je korporativnom Strategijom razvoja kojom je u periodu do 2025. godine planirano ulaganje još oko 1,4 milijarde evra u sve segmente biznisa.

NIS i „Gasprom njeft“ su među vodećim socijalnim investitorima u Srbiji. U društveno odgovorne projekte, čiji je fokus podrška mladima u našoj zemlji, NIS je u proteklih deset godina uložio više od 30 miliona evra. Ključni programi su „Zajednici zajedno“ kroz koji kompanija saraduje sa lokalnim zajednicama širom Srbije i „Energija znanja“ putem kog se ostvaruje saradnja sa domaćim i međunarodnim obrazovnim i naučnim institucijama.

„Gasprom njeft“ je u društveno odgovorne projekte od 2009. godine uložio više od 45 miliona evra. Ključni projekti su: mozaička dekoracija unutrašnjosti kupole i oltara Hrama Svetog Save u Beogradu, podrška Fudbalskom klubu „Crvena zvezda“, Festival ruske muzike „Kustendorf CLASSIC“ u saradnji sa režiserom Emirom Kusturicom i rekonstrukcija Ruskog nekropolja na Novom groblju u Beogradu.

NIS-u pripala Zlatna plaketa za najbolje odnose sa investitorima

Zlatna plaketa Beogradske berze za najbolje odnose sa investitorima ponovo je 2019. godine, treći put zaredom, dodeljena kompaniji NIS a.d. Novi Sad, što je nova potvrda da je stručna javnost prepoznala napore NIS da neprestano unapređuje praksu u ovoj oblasti.

Ovo prestižno priznanje kompaniji je uručeno na Međunarodnoj konferenciji Beogradske berze koja je danas održana u hotelu „Hajat“ u Beogradu, a nagradu je primila Jelena M. Stanković, rukovodilac Usluge odnosa sa investitorima NIS a.d. Novi Sad.



O dodeli nagrade odlučila je komisija u kojoj su bili ugledni finansijski stručnjaci, a u konkurenciji je bilo 15 domaćih i regionalnih kompanija. Priznanje je dodeljeno na osnovu procene kriterijuma otvorenosti kompanija prema investicionoj javnosti, među kojima su objavljeni aktuelni i istorijski izveštaji o poslovanju, prisutnost kompanije na društvenim mrežama, objavljeni izveštaji o održivom razvoju, informacije o performansama kompanije na tržištu kapitala, itd.

Ovo je ukupno sedmi put od početka dodele nagrade Beogradske berze da je NIS nagrađen za najbolje odnose sa investitorima.

NIS dobitnik nagrade „Najbolje iz Srbije 2019“



Kompanija NIS je izabrana među vodeće domaće korporativne brendove u akciji „Najbolje iz Srbije 2019“ koju je organizovala Privredna komora Srbije u saradnji sa Ministarstvom trgovine, turizma i telekomunikacija Republike Srbije.

NIS je, treću godinu zaredom, osvojio priznanje u kategoriji „Proizvodna dobra i poslovne usluge“ što je nova potvrda da su i potrošači i stručna javnost prepoznali NIS kao jednog od lidera na domaćem tržištu i kompaniju koja je posvećena neprestanom unapređenju kvaliteta svojih proizvoda i usluga.

U ime NIS-a priznanje je na svečanosti u beogradskom hotelu „Hajat“ primio Vadim Smirnov, zamenik generalnog direktora i direktor Funkcije za odnose sa državnim organima i korporativne komunikacije. Za kompaniju je od posebne važnosti činjenica da je u akciji „Najbolje iz Srbije“ presudan glas potrošača koji su tokom procesa izbora imali mogućnost i da direktno glasaju za omiljene brendove. Ovo priznanje za NIS ujedno predstavlja i obavezu da nastavi da radi na jačanju odnosa sa potrošačima, unapređenju poslovanja u svim segmentima i kreiranju inovativnih proizvoda i usluga na domaćem tržištu.

Ovo je peti put da NIS osvaja priznanja u okviru akcije „Najbolje iz Srbije“. Pored nagrade za najbolji korporativni brend kompanija je dobila priznanja i za svoja dva maloprodajna brenda – GAZPROM i NIS Petrol benzinske stanice.



NIS
GAZPROM NEFT

БУДУЋНОСТ
НА ДЕЛУ

МИ СМО ПОКРЕТАЧИ

Свакодневно трагамо за иновативним технологијама које чувају оно што нам је најдрагоценије. Зато смо за 10 година уложили преко 3 милијарде евра у развој наше компаније, квалитет производа и услуга, као и у заштиту животне средине.

ČLANICE NNKS-WPC

JP SRBIJAGAS

Magistralni gasovod od Bugarske do Mađarske granice – stepen završenosti 95%



Ono što je obeležilo protekli period u našoj kompaniji jesu svakako veliki radovi na izgradnji magistralnog gasovoda od Bugarske do Mađarske granice. O ovoj gasnoj magistrali, bilo je reči i u Domu Narodne Skupštine Republike Srbije u Beogradu, u sredu, 11. Decembra, gde je održana sada već tradicionalna konferencija „Svet u 2020“. Ovaj skup osvetlio je „Srbiju u 2020. godini“, okupio je čelne ljude republičke Vlade, pokrajinskih organa, ambasadore, ekonomiste, vodeće privrednike i ličnosti iz društvenog i kulturnog života. Na ovom skupu doneti su brojni zaključci vezani za tekuću godinu, a odnose se na politički, poslovni i društveni ambijent u našoj zemlji ali su i najavljena bitna pitanja za narednu godinu. U okviru njega, bilo je naravno reči i o našoj, gasnoj tematici.

Tako je, u okviru „Studije slučaja“ a pod naslovom „Turski tok, presek stanja i očekivanja u 2020“, učešće imao finansijski direktor preduzeća „Gastrans“, Dragiša Martinović. On je u uvodu svog obraćanja istakao da u ovo doba godine, nekako već uobičajeno, energetika i naročito prirodni gas postaju glavne teme u medijima i javnosti uopšte. Pored toga što je grejna sezona uveliko u toku, razlog više za to ove godine je činjenica da u ovom

mesecu ističe desetogodišnji ugovor o tranzitu gasa preko Ukrajine i samim tim pažnja i pitanja javnosti su usmerena na to hoće li doći do eventualne gasne krize ili ne. Takođe, ova pitanja su u prvom planu i zbog toga što kompanija „Gastrans“ privodi kraju izgradnja transportnog gasovoda kroz Republiku Srbiju koji povezuje gasne sisteme Bugarske i Mađarske.

-Gledano iz ugla energetike, ne posmatra se svaka zemlja pojedinačno. Mi smo ipak deo jednog globalnog, odnosno u našem slučaju, regionalnog tržišta prirodnog gasa. Kada govorimo o našem regionu, jedino Rumunija može u potpunosti da zadovolji potrebe za gasom, a sve druge zemlje su osuđene na uvoz, koji se uglavnom ostvaruje iz Ruske Federacije.



Ukoliko bi došlo do prekida snabdevanja preko Ukrajine, kompletan naš region bio bi prilično ugrožen, a nama najbliži hab se nalazi u Austriji. Iz tog pravca, ipak, zbog izrazito malih transportnih kapaciteta kroz Mađarsku, ne možemo da očekujemo neke značajnije količine. Upravo iz tih razloga, Srbijagas i Republika Srbija opredelile su se za partnerstvo sa ruskim „Gaspromom“ u cilju realizacije novog transportnog sistema u našoj zemlji.

Neki ga nazivaju „Balkanski tok“, njegov stari naziv je „Južni tok“, u svakom slučaju reč je o gasovodu koji gradi preduzeće „Gastrans“, čiji su akcionari JP „Srbijagas“ sa 49% i ruski „Gasprom“ sa 51% vlasništva, odnosno krajnji akcionari su Republika Srbija i Ruska Federacija. Ovaj gasovod, sa preko 95% aktivnosti, je urađen u našoj zemlji, što će nam omogućiti da se već početkom prvog kvartala izvrši primopredaja gasovoda, da kompanija dobije sve potrebne licence i onda nam ostaje da sačekamo jun, kada bi trebalo da se završi bugarski deo gasovoda do granice sa našom zemljom, rekao je učesnicima konferencije „Svet u 2020“ Dragiša Martinović.

Karakteristike gasovoda

Gasovod „Srpski tok“ dugačak je nešto više od 400 kilometara, projektovani pritisak je 75 bara, prečnik cevi 1.220 milimetara, a u planu je da se ove godine izgradi kompresorska stanica koja će potiskivati gas dalje prema Mađarskoj, kao i 4 merne stanice - u Zaječaru, Velikoj Plani, Pančevu i Žablju, 18 blok stanica, kao i otpremno-prihvatne čistačke stanice. Godišnji kapacitet za transport gasa je 12,87 milijardi kubnih metara.

Trasa gasovoda, sa pripadajućim objektima, podeljena je na četiri deonice:

- Prvu, od bugarsko-srpske granice do Žabara,
- Drugu, od Žabara do Kovina,
- Treću od Kovina, tj. od Dunava do Gospođinaca i
- Poslednju, četvrtu deonicu, koja kreće od Gospođinaca, u Južnoj Bačkoj, i ide do srpsko-mađarske granice u blizini Horgoša.

Prva deonica od Zaječara do Žabara u Braničevskom okrugu po mnogo čemu je specifična. Trasa gasovoda ide podnožjem Vrške Čuke i obroncima Stare planine, prelazi preko napuštenih rudnika kamenog uglja Prlite i ide kroz izuzetno lepe predele Timočke krajine, zatim ispod Rtnja do Krivog Vira, prelazi preko Čestobrodice i ide dalje prema Pomoravlju.



Druga deonica između Žabara i Kovina dugačka je 48 kilometara i karakteristična po ukrštanju sa brojnim vodotokovima. Takođe veoma zahtevna u tehničkom smislu. Poseban graditeljski poduhvat predstavlja podbušivanje Dunava, koje je izvedeno najsavremenijom „dajrekt pajp“ metodom koja u Srbiji do sada nije rađena. Gradilište kod Kovina sa svom opremom, čeličnim i betonskim konstrukcijama, prostire se na više hektara pokraj Dunava. U selu Miloševac kod Velike Plane, poznatoj „Skeli na Moravi“, podbušuje se najveća srpska reka- Velika Morava.

Treća deonica u dužini od 112 kilometara prostire se od Kovina preko Pančeva, Kovačice, Opova, Zrenjanina i Titela, Novog Sada i Žablja do Gospođinaca.

Specifičnost ove, kao i četvrte deonice duge 92 kilometra, koja od Gospođinaca ide prema državnoj granici sa Mađarskom, jeste izrazito ravničarski teren sa gustom infrastruktururom i velikim brojem ukrštanja sa drugim linijskim infrastrukturnim objektima kao što su kanali, putevi, pruge, dalekovodi.



Graditelji ovog gasovoda, zajedničko rusko-srpsko preduzeće „Gastrans“, u vlasništvu Gasproma i Srbijagasa, imaju viziju da izgradnjom ovog strateškog infrastrukturnog projekta povećaju nivo energetske bezbednosti Republike Srbije i otvore mogućnost za nastavak procesa gasifikacije zemlje. Na tenderu za izvođenje radova posao je dobila ruska kompanija „IDC“. Jedan od prvih velikih zadataka bio je izrada tehničke dokumentacije. Na međunarodnom tenderu, pobedila je italijanska kompanija „Saipem“. Pored izrade tehničke dokumentacije, ovoj kompaniji povereni su i: izrada nedostajuće planske dokumentacije, istražni radovi, rešavanje imovinsko-pravnih odnosa, izrada studije o proceni uticaja na životnu sredinu i izrada tenderske dokumentacije za naredne faze izvođenja radova. Javno preduzeće „Srbijagas“ bilo je podizvođač u skoro svim oblastima. Sa svojim ljudima, ali i zajedno

sa brojnim drugim srpskim kompanijama, uradilo je veliki deo ovih poslova.

Stručnjaci za zaštitu životne sredine uradili su svoj posao maksimalno profesionalno. Za svaku deonicu urađena je Studija o proceni uticaja na životnu sredinu, uz puno poštovanje zakonskih normi i svih propisanih procedura. Studijama je sagledana izgradnja i buduća eksploatacija gasovoda sa stanovišta uticaja na kvalitet svih aspekata životne sredine i propisane su mere koje se moraju poštovati tokom izgradnje i eksploatacije gasovoda.

Pored ekološkog aspekta, kompletanu trasu ispitali su stručnjaci raznih drugih profila. Svoj posao uradili su arheolozi, a pre njih demineri.

Projekat magistralnog gasovoda kroz Srbiju doprineće ostvarivanju sigurnosti snabdevanja energijom u regionu, koja je od suštinskog značaja za ekonomski razvoj i socijalnu stabilnost.

Bolje snabdevanje dovešće do smanjenja cena gasa, što će podstaći povećanje tržišnog udela prirodnog gasa kroz veću gasifikaciju regiona. Pored diverzifikacije pravaca snabdevanja i pristupa novim izvorima gasa, efekti novog gasovoda su i što Republika Srbija postaje tranzitna zemlja, što pored prihoda od tranzitnih taksi, donosi i prihode u vidu poreza, taksi, naknada...a tu je i dividenda akcionarima.



Potrošnja gasa će rasti

Udeo prirodnog gasa u energetsom miksu u Evropi će rasti. Projekcije govore da će do 2040. godine procenat učešća gasa sa 24%, koliko je iznosio 2017. godine, porasti na 27% 2040. Rusija ostaje najveći snabdevač Evrope prirodnim gasom. Pre dve godine Rusija je sa 38,5% učestvovala u snabdevanju Evrope „plavim energentom“. Sledi Norveška sa 37,7%, Alžir, Katar i drugi. Potražnja za gasom na Balkanu ubrzano će rasti, do 43 milijarde kubika 2035. godine, a glavni generator te povećane potrošnje biće Rumunija, Grčka i Srbija.

Raspodela kapaciteta

Gastrans je prva kompanija koja je u skladu sa Trećim energetskeg paketom aplicirala za dobijanje izuzeća kod republičke Agencije za energetiku, što smo i obezbedili, kazao je Dragiša Martinović i dodao da je to preduzeće imalo pozitivan pristup i Sekretarijata Energetske zajednice i da im je to veoma važno, kako bi projekat izgradnje gasovoda

mogao nesmetano da se realizuje. – „Imali smo javno apliciranje za zakup kapaciteta gde su se, pored Gasproma i Srbijagasa, javile još dve nezavisne kompanije koje su rezervisale kapacitete za narednih 20 godina. Svim zainteresovanim trećim licima ostavljeno je gotovo 1,3 milijarde za zakup na kratkoročnoj osnovi“.

Na kraju da zaključimo, da je svakako reč o jednom od strateški najznačajnijih projekata za budućnost i razvoj naše države. Srbija realizacijom ovog projekta, dobija sigurno snabdevanje prirodnim gasom i rešava sve one rizike sa kojima se u proteklom periodu suočavala, i postaje značajan učesnik na gasnom tržištu regiona Jugoistočne Evrope!



СРБИЈАГАС



2020

**СРЕЋНА НОВА ГОДИНА
И БОЖИЋНИ ПРАЗНИЦИ!**



СРБИЈАГАС

ЈП „СРБИЈАГАС“, Нови Сад
Народног фронта 12, 21000 Нови Сад, Србија
ТЕЛ + 381 21 481 1004 / + 381 21 481 2703 / ФАКС + 381 21 481 1305
www.srbijagas.com

Podrška LUKOIL-a ozelenjavanju Beograda



Gradonačelnik Beograda prof. Dr Zoran Radojčić, direktor kompanije „LUKOIL SRBIJA“ AD Denis Rjupin i generalni direktor JKP „Zelenilo-Beograd“, Beograd Slobodan Stanojević sredinom novembra su, zajedno, zasadili sadnice drveća na zelenoj površini u blizini benzinske stanice „Pionir“ na Novom Beogradu.

„Posebno mi je drago što smo današnju sadnju uradili sa predstavnicima „LUKOIL SRBIJA“, s obzirom da je to društveno odgovorna kompanija koja od 2003. godine posluje u Srbiji i tokom svih ovih godina daje svoj doprinos stvarima koje se tiču kvaliteta života i interesa građana Beograda i Srbije. Kompanija „LUKOIL SRBIJA“ je doprinela obnovi Avalskog tornja i Botaničke bašte ali i mnogim drugim aktivnostima u domenu zdravstva, sporta, školstva“, rekao je gradonačelnik.

Ovom prilikom gradonačelnik se zahvalio i JKP „Zelenilu-Beograd“ na svakodnevnim aktivnostima koje vrši kako bi se povećao broj stabala u gradu.

Na zelenoj površini u Ulici Džona Kenedija, u blizini „LUKOIL SRBIJA“ benzinske stanice i „Instituta za majku i dete“ zasađeno je 20 stabala dekorativnih lišćara - 11 stabala koprivića i 9 stabala crvenolisne šljive. Istovremeno je ova kompanija, takođe uz podršku JKP „Zelenilo-Beograd“, Beograd, zasadila

tri stabla javora u blizini benzinske stanice „Avalski put“ u parku Jove Ilića na Voždovcu.

„Saradnja grada Beograda i kompanije „LUKOIL“ jača iz godine u godinu, sa svakim novim projektom koji zajedno realizujemo već celih 16 godina. Raduje me ozelenjavanje, uređivanje grada u kome živimo i radimo, ulaganje u očuvanje prirode i vidim to kao pozitivan uticaj na zajednicu u kojoj LUKOIL posluje i koja je dom njegovih zaposlenih i njegovih potrošača.



Ova akcija dolazi kao prirodan doprinos kompanije „LUKOIL SRBIJA“ programu ozelenjavanja Beograda i nadam se da će u lepoti ovog drveća njegovi građani uživati još dugi niz godina – izjavio je ovom prilikom direktor Denis Rjupin.

Događaju je prisustvovala izvršni direktor za operativne poslove JKP „Zelenilo-Beograd“, Beograd Nataša Šišaković i zaposleni u kompaniji „LUKOIL SRBIJA“ AD.

Potpisan krovni sporazum sa Ruskim domom



U Predstavništvu Rossotrudničestva u Srbiji, Ruskom centru za nauku i kulturu „Руски дом“ u Beogradu je u prisustvu predstavnika medija, organizacija kulture i obrazovanja kao i diplomatskog kora održano svečano potpisivanje Sporazuma o saradnji između kompanije „LUKOIL SRBIJA“ AD i Predstavništva Rossotrudničestva u Srbiji.

Sporazum su potpisali generalni direktor kompanije „LUKOIL SRBIJA“ AD Denis Rjupin i rukovodilac Predstavništva Rossotrudničestva u Srbiji Nadežda Kuščenkova.



„Saradnja sa kompanijom LUKOIL prevazilazi ekonomske okvire, ona je usmerena na razvoj i jačanje duhovnih i kulturnih veza između zemalja te pruža podršku promociji ruskog jezika, umetnosti i kulture u Srbiji“ kazala je ovim povodom Nadežda Kuščenkova, zahvalivši se na pouzdanoj podršci generalnom direktoru i celom kolektivu Društva.

„Dugogodišnja saradnja s Ruskim domom je prirodni deo aktivnosti naše kompanije. Čast nam je što danas u zdanju Ruskog doma potpisujemo ovaj krovni sporazum kojim ćemo nastaviti da pomažemo projekte koji razvijaju prave vrednosti, istakao je Denis Rjupin.

Sporazum podrazumeva intenziviranje komunikacije strana, saradnju na projektima i događajima, usmerenim na pružanje zajedničkog doprinosa popularizaciji ruskog jezika i kulture i saradnju u cilju povećanja nivoa obrazovanja i uslova u školama Republike Srbije u kojima se sprovodi nastava na ruskom jeziku.

Sastanak rukovodstva LUKOIL SRBIJA i Odbojkaškog saveza Srbije



U direkciji LUKOIL SRBIJA je održan radni sastanak predstavnika Društva i Odbojkaškog saveza Srbije. Generalni direktor Denis Rjupin je čestitao predsedniku OSS Zoranu Gajiću na velikim uspesima ženske i muške seniorske reprezentacije na evropskim šampionatima i osvojenim priznanjima – tituli MVP ženskog turnira koja je dodeljena Tijani Bošković i tituli MVP muškog turnira kojom se ovenčao Uroš Kovačević.

Generalni direktor LUKOIL SRBIJA je izrazio uveravanja da će kompanija i u budućnosti nastojati da pruži pouzdanu podršku u cilju razvoja naše odbojke. Gospodin Gajić se zahvalio na odličnoj saradnji i istakao da bi bez značajne pomoći u gorivu koju pruža LUKOIL SRBIJA, zahvaljujući kojoj je

могуће permanentно учеће у раду на локалном и регионалном нивоу, те праћење и селектовање талената, функционисање Saveza и остваривање врhunskih резултата било теško одрживо.



Rukovodioci su zatim razmotrili plan daljih aktivnosti koje bi bile na obostranu korist i zakazali novi sastanak za kraj ove godine.

Dugogodišnja saradnja sa MDT Sistem Kraljevo

Udruženje za međunarodni drumski transport putnika i robe MDT Sistem Kraljevo jesenas je proslavilo desetogodišnjicu postojanja i Slavu udruženja, Prepodobnu Mati Paraskevu - Sv.Petku. Na prigodnoj svečanosti je prisustvovao veliki broj članova ovog udruženja i gostiju. Ovom prilikom je regionalni menadžer Društva Ilija Popović ispred LUKOIL SRBIJA imao čast da primi zahvalnicu za dugogodišnju saradnju sa MDT Sistemom iz Kraljeva.



Paketići za učenike škole Boško Buha

U Osnovnoj školi „Boško Buha“ za decu sa smetnjama u razvoju sredinom decembra je održana podela novogodišnjih paketića koje je ove godine obezbedila kompanija LUKOIL SRBIJA.



Zajedno sa nastavnicima i direktorkom škole, paketiće su uručivali predstavnici Društva. Nakon podele paketića, deca su izvela himnu škole „Boško Buha“ a direktorka Olivera Arsenijević tom prilikom uručila je dečji rad – kolaž, u znak zahvalnosti kompaniji LUKOIL SRBIJA za podršku i pažnju koju je ukazala ovoj ustanovi.



LUKOIL



ZIMSKI 

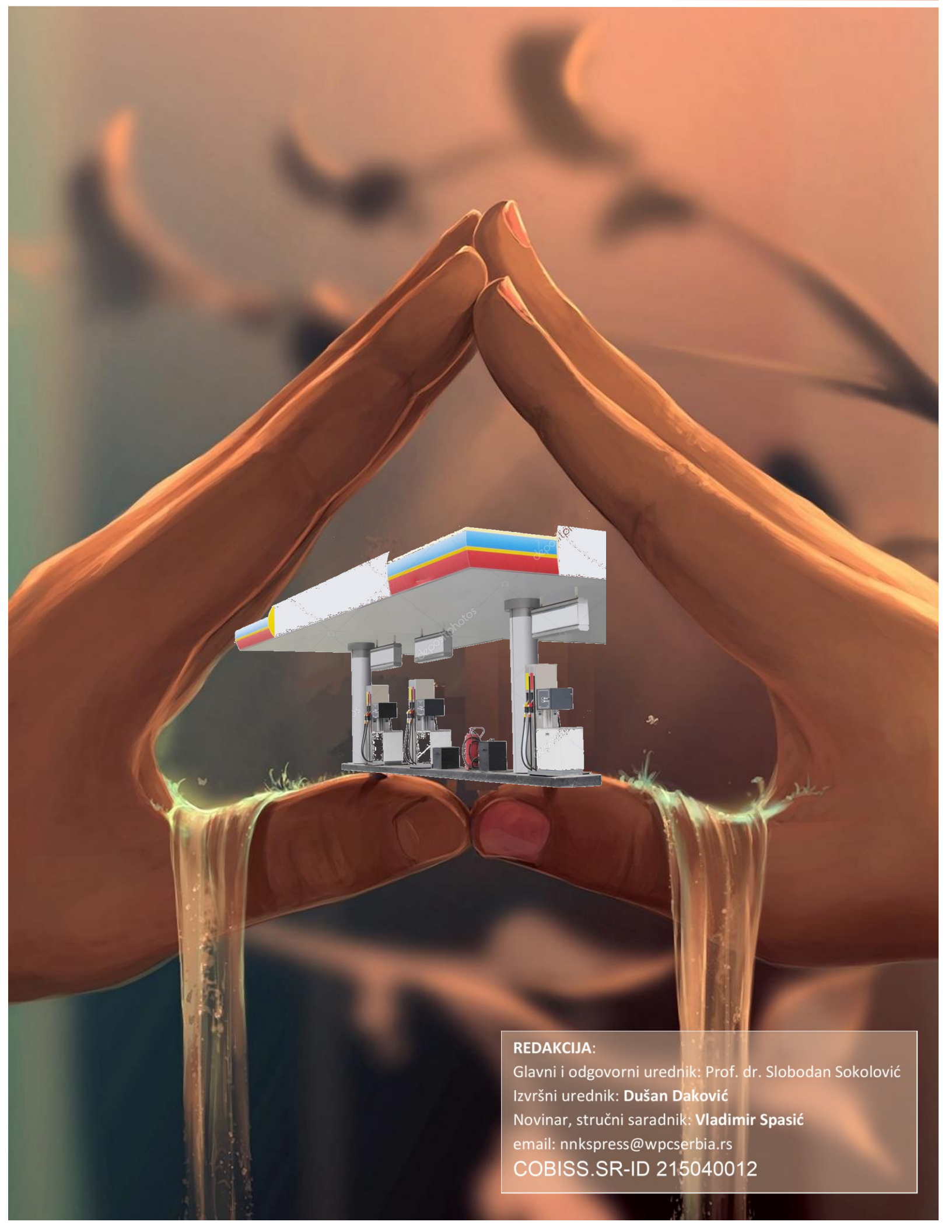
ecto
DIESEL



**SPREMAN
ZA ZIMU!**

Gorivo sa poboljšanim
osobinama za vožnju
u zimskim uslovima!

- Snižena tačka smrzavanja
- Lakši start motora
- Smanjena potrošnja



REDAKCIJA:

Glavni i odgovorni urednik: Prof. dr. Slobodan Sokolović

Izvršni urednik: **Dušan Daković**

Novinar, stručni saradnik: **Vladimir Spasić**

email: nnkspres@wpcserbia.rs

COBISS.SR-ID 215040012