COVER STORY

ДЕПРЕСИВНИ ВРЕМИЊА ЗА ВЛОЖУВАЧИТЕ ВО БЕРЗАНСКИ СТОКИ

INTERVIEW

10 ГОДИНИ АГЕНЦИЈА ЗА ДИГИТАЛНИ РЕШЕНИЈА ПИКСЕЛ

СИНЕРГИЈАТА Е СЕКОГАШ ПОГОЛЕМА ОД ИНДИВИДУАЛИЗМОТ

ВО ОВОЈ БРОЈ
СПЕЦИЈАЛЕН ПРИЛОГ

ISBN 978-9989-2025-2-0
5 319991 223011

business magazine

Капитал

БРОЈ 1164 | 15 март 2024 петок | година 25 | цена 200 ден.

ЗЕЛЕНА АГЕНДА

НОВИТЕ ЕВРОПСКИ „ЈАГЛЕРОДНИ ДАВАЧКИ“ МОЖЕ ДА ПРЕДИЗВИКААТ СОЦИЈАЛНИ НЕМИРИ

INTERVIEW

ПИВАРА СКОПЈЕ
НАША ОДГОВОРНОСТ Е ДА БИДЕМЕ ПРИМЕР ВО ОПШТЕСТВОТО ЗА ЦЕЛОСНА РАМНОПРАВНОСТ ВО СИТЕ АСПЕКТИ НА БИЗНИСОТ

Разговаравме со дел од лидерскиот тим на Пивара Скопје за нивниот кариерен развој, за она што ги мотивира и води, за нивните позиции и што тие значат, и за она што го научиле попатно во нивната кариера.

АЛКАЛОИД СКОПЈЕ
УНИБанка Твојата Банка
ProCredit Bank
NLB Banka

АЛКАЛОИД
СКОПЈЕ
Здравјето пред сè

ЗДРАВЈЕ БЕЗ РЕЦЕПТ

ДВОЈНО ДЕЈСТВО ДО ЦЕЛТА

БлокМАКС *Дуо*

Таблетите БлокМАКС *Дуо* се употребуваат како краткотрајна симптоматска терапија на лесна до умерена болка, како:

- ГЛАВОБОЛКА
- МИГРЕНА
- БОЛКА ВО ГРБОТ
- МЕНСТРУАЛНА БОЛКА
- ЗАБОБОЛКА
- РЕВМАТСКА И МУСКУЛНА БОЛКА
- БОЛКА ПРИ ПОБЛАГИ АРТРИТИЧНИ СОСТОЈБИ
- ЗА НАМАЛУВАЊЕ НА ПОКАЧЕНАТА ТЕЛЕСНА ТЕМПЕРАТУРА И НА БОЛКИТЕ ВО ГРЛОТО
- ЗА УБЛАЖУВАЊЕ НА СИМПТОМИТЕ НА НАСТИНКА И НА ГРИП

facebook.com/zdravjebezrecept instagram.com/zdravjebezrecept/

Пред употреба задолжително да се прочита упатството. За индикациите, ризикот од употребата и за несаканите дејства на лекот консултирајте се со Вашиот лекар или со фармацевт.

14

ИНТЕРВЈУ

Филип Ристевски, Димитар Јовевски и Владимир Ристевски

сопственици на Пиксел, компанија за дигитални решенија

Синергијата е секогаш поголема од индивидуализмот

18

ЗЕЛЕНА АГЕНДА

Климатските политики на ЕУ врз грбот на земјоделците и ранливите категории

Новите европски „јаглеродни давачки“ може да предизвикаат социјални немири

22

СПЕЦИЈАЛЕН ПРИЛОГ „ЖЕНИТЕ ВО БИЗНИСОТ“

Поразителни наоди

Жените не се рамноправни во ниту една земја во светот

06

COVER STORY

Берзански стоки

Цените на суровините се стабилизираа во февруари, пазарот очекува понатамошно забавување на растот на САД

26

ИНТЕРВЈУ

Пивара Скопје

Наша одговорност е да бидеме пример во општеството за целосна рамноправност во сите аспекти на бизнисот

36

ИНТЕРВЈУ

Елена Цанева и Елена Стоичкова

дел од топ менаџментот на Атлантик Група во Македонија

Атлантик Група е компанија во која на луѓето им се даваат вистински еднакви можности

40

ЛИДЕРСТВО

Кога шефот е од понежниот пол

Пет начини како вработените може да процутат под женско лидерство

COVER STORY

Берзански стоки.....06
Цените на суровините се стабилизираа во февруари, пазарот очекува понатамошно забавување на растот на САД

ИНТЕРВЈУ

Филип Ристевски, Димитар Јовевски и Владимир Ристевски.....14
сопственици на Пиксел
Синергијата е секогаш поголема од индивидуализмот

ЗЕЛЕНА АГЕНДА.....18
Климатските политики на ЕУ врз грбот на земјоделците и ранливите категории
Новите европски „јаглеродни давачки“ може да предизвикаат социјални немири

Специјален прилог
„ЖЕНИТЕ ВО БИЗНИСОТ“

- **Поразителни наоди**.....22
  Жените не се рамноправни во ниту една земја во светот
- **ИНТЕРВЈУ: Пивара Скопје**.....26
  Наша одговорност е да бидеме пример во општеството за целосна рамноправност во сите аспекти на бизнисот
- **ШТЕДИЛНИЦА ФУЛМ**.....34
  „Тајните состојки“ во „рецептот“ за успех раскажан од жени лидерки во Штедилница ФУЛМ
- **ИНТЕРВЈУ:**.....36
  Елена Цанева и Елена Стоичкова
  дел од топ менаџментот на Атлантик Група во Македонија
  Атлантик Група е компанија во која на луѓето им се даваат вистински еднакви можности
- **Кога шефот е од понежниот пол**.....40
  Пет начини како вработените може да процутат под женско лидерство
- **ИНТЕРВЈУ: Катица Кузманоска**
  Одговорен директор за бизнис развој во УНИБанка АД Скопје.....44
  Клиентите ја препознаваат УНИБанка како партнер од доверба!

Импресум// Издава: Капитал Медиа Гроуп доо Скопје, бул. Партизански Одреди бр.17-1/16, п.фах 503, 1000 Скопје • Адреса на уредништвото на издавачот на медиум: бул. ВМРО бр.7, здрада 1, влез 1, кат 6, стан бр.31 • П. ФАХ 503, 1000 Скопје • Директор и одговорен уредник: Љупчо Зиков • Печати: Европа 92, ул. Крижевска бр.52, 2300 Кочани, Р. Македонија • Тираж: 3.000 примероци • Датум на печатење: 14.03.2024

Капитал Медиа Гроуп е членка на Асоцијацијата за заштита на печатени медиуми

Капитал Медиа Гроуп е членка на Советот за етика на медиумите во Македонија

Фото: Leo Correa/AP

СПАС ОД НЕБОТО

Надежите за примирје за време на муслиманскиот празник Рамазан не се остварија, војната во Појасот Газа меѓу Израел и радикално исламистичката организација Хамас продолжува. Хуманитарната ситуација на тамошното цивилно население во меѓувреме станува сè подраматична. Повеќе земји прават обиди да достават хуманитарна помош на различни начини – на пат е брод од Кипар, прв пат по 20 февруари по копнен пат во северниот дел од Газа стигна конвој со вода, храна и лекови за 25.000 луѓе. Еден од начините за достава и натаму останува фрлање пратки од воздух, со падобрани. ■■■

WHAT IF?

BIOCERAMIC

COLLECTION

swatch

Božinovski

Скопје - Плоштад Македонија, CityMall, East Gate Mall | Битола - Широк Сокак | www.bozinovski.com.mk

ЦЕНИТЕ НА СУРОВИНИТЕ СЕ СТАБИЛИЗИРАА ВО ФЕВРУАРИ, ПАЗАРОТ ОЧЕКУВА ПОНАТАМОШНО ЗАБАВУВАЊЕ НА РАСТОТ НА САД

Депресивно е да се биде инвеститор во стоки денес. „Приносот“ што може да го очекуваат инвеститорите од купување и чување на портфолио со разновидни фјучерси на стоки падна на најниско ниво во последните четири години од минус 3,7 проценти. Овој негативен принос е поттикнат од големите глобални залихи, слабата побарувачка и верувањето дека стоките денес вредат помалку отколку што ќе бидат во иднина. Денес за инвеститорите е попрофитабилно да инвестираат, на пример, во индексот S&P 500 или во 10-годишни државни обврзници.

БЕРЗАНСКИ СТОКИ

Макроекономското опкружување е важно за берзанските фондови и фјучерсите. Промените на акциите, девизните пазари и каматните стапки во голема мера влијаат на пазарните цени на стоките, вклучувајќи ги и цените на стоките што ги консумираме секојдневно. Земете ја, на пример, врската помеѓу индексот S&P 500 и денешните цени на глобалниот пазар на кафе. Како што се подобруваат економските изгледи, продавачите на кафе често претпоставуваат дека потрошувачите ќе пијат повеќе кафе, што ќе доведе до повисоки цени. Ова е само еден пример за тоа колку нашите дневни производи се тесно поврзани со пошироките економски показатели.

Цените на суровините се стабилизираа во февруари. Цените на енергенсите во февруари пораснаа за 1,1 отсто, предводени од нафтата, која поскапи за 3,7 отсто. Мала промена на цените на неенергетските производи, 0,3 отсто. Цените на земјоделските производи во февруари пораснале за 1,2 отсто. Цените на храната паднаа за 1,2 отсто по падот на цените на житариците за 4,1 отсто и на маслото и гризот од 4 отсто. Суровините пораснаа за 0,8 отсто, а кај пијалаците за 12,7 отсто. Цените на ѓубривата поскапеа за 1,8 отсто. Цените на металите паднаа за 1,9 отсто во февруари, предводени од железната руда (пад од 8,4 отсто) и цинкот (пад од 6,2 отсто). Цените на лимот пораснаа за 3,9 отсто. Благородните метали ослабеа за 0,7 отсто, предводени од платината (пад од 3,4 отсто) и среброто (пад од 1,1 отсто).

На валутните пазари вредноста на доларот во однос на кошницата валути драстично падна минатата недела, додека еврото зајакна по пораките на американската и европската централна банка дека наскоро би можеле да започнат со намалување на каматните стапки. Индексот на доларот (DXY) падна за 1,1 отсто минатата недела, на под 103 поени, што е „биков“ ветер во грб за пазарите на стоки деноминирани во долари. Во исто време, цената на еврото достигна ниво од 1,0940 долари. Индексот на стоки на Блумберг (BCI) во моментов е на нивото на месец март со благ пораст. Ќе видиме дали ќе биде така на ниво на цел месец.

Оваа недела, главни вести се податоците за инфлацијата во САД од вторникот, што ќе биде важна основа за состанокот на ФЕД следната недела и одлуката за каматната стапка. Иако економистите очекуваа растот на потрошувачките цени во февруари да остане непроменет во однос на јануарската стапка од 3,1%, инфлацијата во САД во вториот месец годинава сепак пораснала на 3,2%. Повисоките од очекуваните бројки би можеле да ги поттикнат стравувањата дека ФЕД би можел да почека подолго од очекуваното за да го започне својот циклус на олабавување на монетарната политика, ставајќи притисок врз зголемување на приносите, особено ако пазарот на трудот не забави. Ќе видиме дали некои од тие големи катализатори кои претстојат - вклучително и одлуката на ФЕД од 20 март и кварталниот извештај за залихите на американското министерство за земјоделие од 28 март - можат да вдахнат малку живот на овие пазари.

Лоши времиња за инвеститорите во берзански стоки

Макроекономското опкружување е важно за берзанските фондови и фјучерсите. Промените на акциите, девизните пазари и каматните стапки во голема мера влијаат на пазарните цени на стоките, вклучувајќи ги и цените

на стоките што ги консумираме секојдневно. Земете ја, на пример, врската помеѓу индексот S&P 500 и денешните цени на глобалниот пазар на кафе. Како што се подобруваат економските изгледи, продавачите на кафе често претпоставуваат дека потрошувачите ќе пијат повеќе кафе, што ќе доведе до повисоки цени. Ова е само еден пример за тоа колку нашите дневни производи се тесно поврзани со пошироките економски показатели.

Депресивно е да се биде инвеститор во стоки денес. „Приносот“ што може да го очекуваат инвеститорите од купување и чување на портфолио со разновидни фјучерси на стоки падна на најниско ниво во последните четири години од минус 3,7 проценти. Овој негативен принос е поттикнат од големите глобални залихи, слабата побарувачка и верувањето дека стоките денес вредат помалку отколку што ќе бидат во иднина. Денес за инвеститорите е попрофитабилно да инвестираат, на пример, во индексот S&P 500 или во 10-годишни државни обврзници.

Интересно е да се види дека Кина нагло го зголеми буџетот за складирање житарки и маслодајни семиња, истовремено зголемувајќи ја поддршката и политиките за поттикнување на земјоделските производи. Сè уште ве тера да се прашувате дали тие едноставно собираат резерви пред некаков потег кон Тајван или пред Трамп. Тие исто така многу работат на зголемување на земјоделската ефикасност, повеќе субвенции за земјоделците, напредок на ГМО, технологии за семиња итн.

На светските берзи цените на нафтата паднаа минатата недела и загубија голем дел од добивката од претходната недела, а трговците беа фокусирани на монетарната политика. Така, нафтата од типот „Brent“ падна за 1,8 отсто на неделно ниво и на почетокот на новата недела се тргува околу нивото од 82 долари/барел, додека нафтата „WTI“ падна на неделно ниво за 2,5 отсто и на почетокот на новата недела се тргува на ниво под 78 долари/барел. Пазарот очекува дополнително забавување на растот на најголемата светска економија, американската, но и на потрошувачка, па затоа не би требало да се зголемува ниту побарувачката на нафта. Позначителен пад на цената на нафтата спречија податоците за меѓународната трговија на Кина, кои беа подобри од очекувањата. Ова ги поттикна надежите дека закрепнувањето на втората по големина светска економија се забрзува. Главно поради геополитичките тензии на Блискиот Исток, од почетокот на годината цената на нафтата „Brent“ порасна за речиси 7 отсто, а нафтата „WTI“ за речиси 8 отсто.

Продолжена суспензија на цариниte за Украина

Пазарот очекува дополнително забавување на растот на најголемата светска економија, американската, но и на потрошувачка, па затоа не би требало да се зголемува ниту побарувачката на нафта. Позначителен пад на цената на нафтата спречија податоците за меѓународната трговија на Кина, кои беа подобри од очекувањата. Ова ги поттикна надежите дека закрепнувањето на втората по големина светска економија се забрзува. Главно поради геополитичките тензии на Блискиот Исток, од почетокот на годината цената на нафтата „Brent“ порасна за речиси 7 отсто, а нафтата „WTI“ за речиси 8 отсто.

Европските фјучерси за природен гас TTF паднаа под 26 евра/мегават час бидејќи високите залихи и слабата побарувачка ја надминаа загриженоста за понудата. Европските капацитети за складирање гас во моментов имаат пополнетост на капацитетите од 61,6 отсто, што е највисоко ниво од 2011 година. Февруари беше значително потопол во Европа, 3,3 степени Целзиусови потопол од просечната температура помеѓу 1991 и 2020 година, со што се одбележува деветтиот последователен месец со нов глобален температурен рекорд за овој период од годината.
На страната на снабдувањето, норвешкиот капацитет Nyhamna беше затворен, со што се намали протокот на гас во Европа. Покрај тоа, расте неизвесноста за тоа колку долго ќе трае исклучувањето на Freeport LNG. Првично се очекуваше целосниот капацитет да се врати до средината на февруари, но временската рамка беше одложена, прво до крајот на февруари, а сега понатаму до средината на март.
Комитетот за трговија на Европскиот парламент го одобри предлогот на Европската комисија за продолжување на суспензијата на царинските давачки и увозните квоти за украинските земјоделски производи до јуни 2025 година. Се воведува можноста за итни прекини во секторите шеќер, живина и јајца доколку увезените количини ги надминат просечните нивоа од 2022 и 2023 година, но истовремено се отфрлаат амандманите за воведување исти такви „сопирачки“ кај житариците и медот.
Извештајот „Commitment of Traders“ (COT) овој викенд покажа дека хеџ-фондовите заземале историски големи кратки позиции на американскиот пазар на соја, обложувајќи се на пад на цените. Сепак, имаше неколку позитивни движења минатата недела, вклучително и повисоки парични вредности, послаб американски долар и подобрена кинеска побарувачка, што поттикна некои хеџ фондови да ги покријат своите кратки загуби. Ова ги зголеми цените на сојата, што доведе до повеќе хеџ фондови да ги покриваат нивните позиции, дополнително ескалирање на цените, класично сценарио за т.н. short covering. Цените на сојата пораснаа за 3,1 отсто во четвртокот и петокот минатата недела, што е најголем раст во два дена од јули минатата година. Паралелно, ова е класичен пример за тоа како позиционирањето на хеџ-фондовите може значително да влијае на цените на суровините на пазарот.

Златото и биткоин рушат рекорди

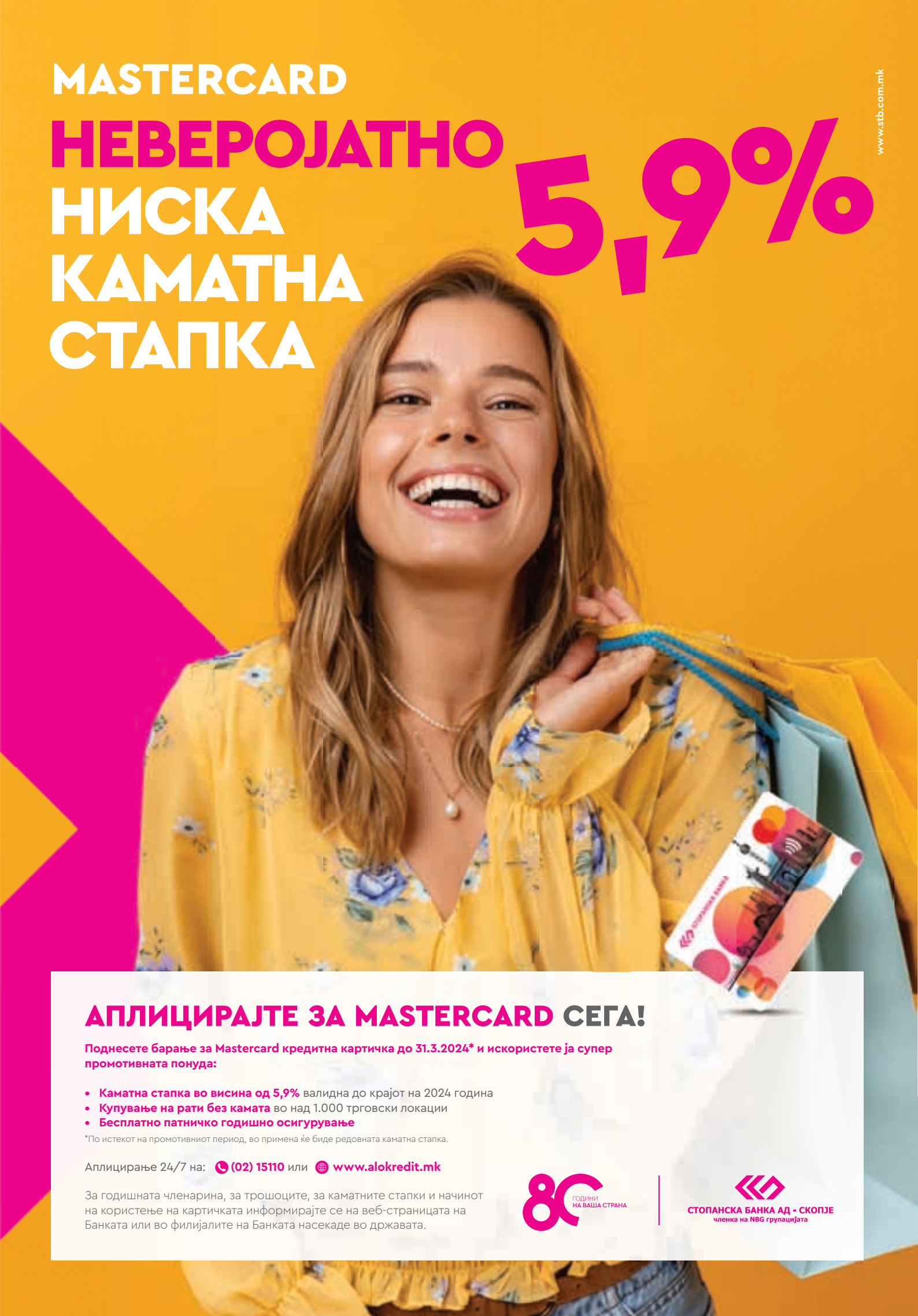
На берзата на стоки во Чикаго (CBOT) минатата недела движењето на цените беше измешано. Така, на неделно ниво, фјучерсите за најкратките термински договори за пченицата паднаа за 3,6 отсто, додека пченката поскапи за 3,5 отсто, како и сојата за 2,8 отсто. На европската берза MATIF цените на пченицата од стариот род повторно се доближуваат до нивото од 200 евра/тон, а од новиот кон 210 евра/тон, додека цената на пченката од стариот род се приближува до нивото од 180 евра/тон, а од новиот е над тоа ниво.
Откупот на злато од страна на централните банки надмина илјада тони две години по ред. Аналитичарите на ANZ предвидуваат дека побарувачката на злато од централните банки ќе остане висока најмалку во следните

MASTERCARD

НЕВЕРОЈАТНО НИСКА КАМАТНА СТАПКА

5,9%

www.stb.com.mk



АПЛИЦИРАЈТЕ ЗА MASTERCARD СЕГА!

Поднесете барање за Mastercard кредитна картичка до 31.3.2024* и искористете ја супер промотивната понуда:

- **Каматна стапка во висина од 5,9%** валидна до крајот на 2024 година
- **Купување на рати без камата** во над 1.000 трговски локации
- **Бесплатно патничко годишно осигурување**

*По истекот на промотивниот период, во примена ќе биде редовната каматна стапка.

Аплицирање 24/7 на: **(02) 15110** или **www.alokredit.mk**

За годишната членарина, за трошоците, за каматните стапки и начинот на користење на картичката информирајте се на веб-страницата на Банката или во филијалите на Банката насекаде во државата.

80 ГОДИНИ НА ВАША СТРАНА

СТОПАНСКА БАНКА АД - СКОПЈЕ
членка на NBG групацијата

Европските фјучерси за природен гас TTF паднаа под 26 евра/мегават час бидејќи високите залихи и слабата побарувачка ја надминаа загриженоста за понудата. Европските капацитети за складирање гас во моментов имаат пополнетост на капацитетите од 61,6 отсто, што е највисоко ниво од 2011 година.

шест години. Централните банки во земјите во развој би можеле да купуваат повеќе од 600 тони злато годишно до 2030 година. Минатата недела бевме сведоци на највисоко ценовно ниво на сите времиња на два од водечките децентрализирани производи - злато и Биткоин. Златото е на пат да го достигне нивото од 2.200 долари/унца, додека Биткоин го надмина нивото од 70.000 долари. Биткоинот е само 10-годишно дете, но златото ја победува инфлацијата веќе 3.000 години и го преживеа колапсот на сите империи.

Фјучерсите на бакар моментално се тргуваат околу 3,9 долари/фунта, блиску до петнеделен максимум, поттикнати од ниските залихи и ограничувањата на понудата ширум светот. Прекините со работа на рудниците од декември го влошија падот на залихите, влијаејќи на профитот на кинеските топилници и потенцијално намалување на производството. Залихите на бакар на Лондонската берза на метали (LME) се најниски од август. Покрај тоа, производството на компанијата Codelco падна за речиси 16 отсто на годишно ниво во јануари, додека производството од другите производители се зголеми. На страната на побарувачката, Кина забележа пораст на увозот на суров бакар за 2,6 отсто, а увозот на бакар концентрат за 0,6 отсто во првите два месеци од 2024 година, поставувајќи нов рекорд за периодот. И покрај забавувањето на кинескиот пазар на недвижнини, големи надежи се полагаат на секторите на зелена енергија како што се електричните возила и обновливите извори на енергија, за да се зголеми побарувачката.

Наскоро во

business magazine **Капитал**

СПЕЦИЈАЛНИ ПРИЛОЗИ

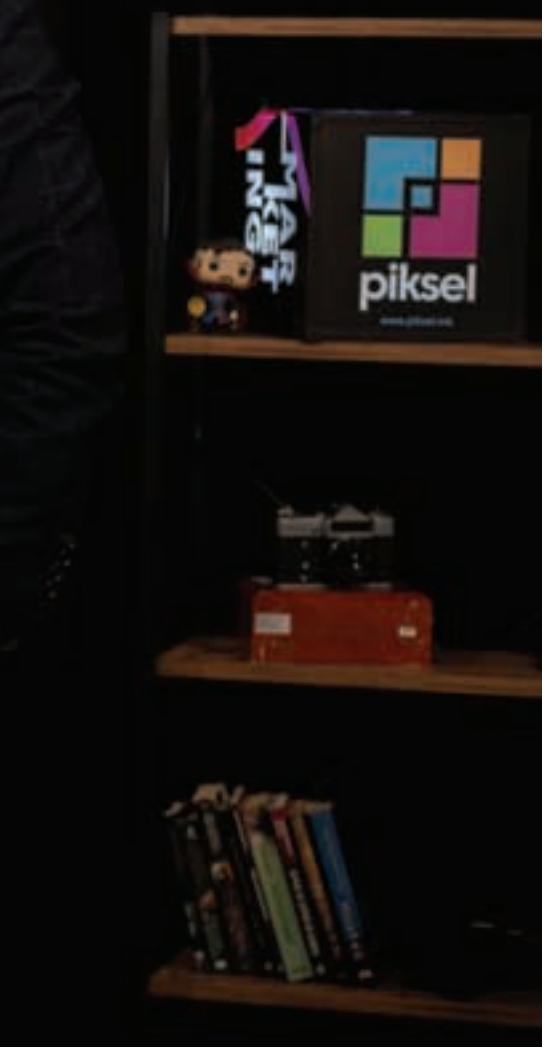
- **ГРАДЕЖНИШТВО И НЕДВИЖНИНИ**
- **КОРПОРАТИВНА ОПШТЕСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ**

INTERVIEW

ФИЛИП РИСТЕВСКИ, ДИМИТАР ЈОВЕВСКИ И ВЛАДИМИР РИСТЕВСКИ

сопственици на Пиксел, компанија за дигитални решенија

СИНЕРГИЈАТА Е СЕКОГАШ ПОГОЛЕМА ОД ИНДИВИДУАЛИЗМОТ



▶ Во 2023 година одбележавте 10 години од постоењето на Пиксел со брз и значаен раст во приходите, човечкиот капитал, но и во понудата на услуги. Од сегашна гледна точка, кои деловни одлуки сметате дека беа клучни за овој прогрес?

Филип Ристевски: Од бизнис аспект, на прво место би ги ставил одлуките кои се резултат на нашиот споделен став дека во криза се инвестира. Јас, Димитар и Владимир, иако сме многу различни, споделуваме една важна особина на проактивност, па оттаму дојде и храброста да инвестираме во компанијата во услови на глобална нестабилност на која се чини дека не и се гледа крајот.

Ова ни помогна не само да ги пребродиме тешките денови, туку и да напредуваме. Резултатот досега е тројно зголемување и на бројот на вработени и на приходите.

Уште една одлука која се покажа како успешна од самото основање на Пиксел е посветеноста на овозможување решенија за потребите и барањата на клиентите и соодветно адаптирање. Благодарение на ваквиот став, нешто што започна како идеја за развој на дигитален продукт се трансформираше во понуда на дигитални услуги од сферата на маркетингот, дизајнот и развојот, за денес веќе да прерасне во една поинаква компанија на македонскиот пазар нудејќи широко портфолио на дигитални и традиционални услуги.

▶ Колкав дел од успехот би припишале на лидерскиот стил и интерните одлуки на менаџментот?

Владимир Ристевски: Успехот на Пиксел може првенствено да се припише на нашата заедничка амбиција за раст, развој и проактивен пристап кон промените. Гладот за учење, стратешкото расудување во проценката што се привремени, а што трајни трендови, како и агилноста во прилагодувањето беа клучни за нас.

Во нашата работа многу е важно прво ние да веруваме во нашите идеи пред да ги пренесеме на клиентите. Затоа, во основата на нашиот пристап стои креативноста, комбинирана со податоците од претходните искуства. А ние како лидери константно ги прошируваме нашите видици за бизнисот и креативните решенија преку редовно учество на настани, студиски посети на успешни компании во странство и соработка со консултанти, експерти во различни сфери.

Во нашиот лидерски пристап посветени сме на зајакнување на тимот пред да направиме какви било промени, поттикнувајќи една карактеристична компаниска култура која се провлекува во работата со нашите клиенти, а е видлива и во нашата комуникација кон јавноста.

Од раните денови на создавањето содржина и управувањето со социјалните медиуми, до нејзината сегашна улога како компанија со сеопфатни дигитални решенија, Пиксел со себе носи инспиративна приказна за моќта на приспособливоста и тимската работа. Во ексклузивно интервју за Капитал тројцата партнери и сопственици на Пиксел - Филип Ристевски, Димитар Јовевски и Владимир Ристевски ни ја откриваат деловната динамика што во изминатите 10 години ја позиционираше компанијата во светот на дигиталниот маркетинг на локално, но и на регионално ниво.

Како резултат на ова имаме цврст, кохерентен тим кој ни помага да остваримe долгорочни партнерства со нашите клиенти преку консултативниот пристап кој го нудиме, со што овозможуваме поддршка за нивното надворешно позиционирање, но и за внатрешно подобрување преку дигитализација и автоматизација на процесите.

▶ Кои се според Вас позначајните достигнувања од аспект на развој на бизнисот во изминатите 10 години? Кои беа предизвиците со кои се соочивте?

Димитар Јовевски: Значајните достигнувања во развојот на еден бизнис често се мерат преку раст на приходите, ширење на пазарот, иновации во услугите, партнерства и слично. Во изминативе години, ние имавме од сè по нешто од горенаведеното.

Во последните 2 години бележиме пораст на страната на приходите, но и на човечкиот капитал. Иновациите на услугите е нешто по што сме препознатливи на овој пазар, каде низ годините се позиционираме со јасни

ДИМИТАР ЈОВЕВСКИ

Ќе продолжиме да иновираме и брзо да ги прифаќаме и употребуваме новите технологии, пред сè вештачката интелигенција. Од друга страна, на малку подолг рок очекуваме да го видиме Пиксел како регионален и европски партнер на многу компании во нивниот пат кон дигитален развој и трансформација, а секако и кон достигнување на дигитална зрелост.

ВЛАДИМИР РИСТЕВСКИ

Во нашата работа многу е важно прво ние да веруваме во нашите идеи пред да ги пренесеме на клиентите. Затоа, во основата на нашиот пристап стои креативноста, комбинирана со податоците од претходните искуства. А ние како лидери константно ги прошируваме нашите видици за бизнисот и креативните решенија преку редовно учество на настани, студиски посети на успешни компании во странство и соработка со консултанти, експерти во различни сфери.

ФИЛИП РИСТЕВСКИ

Од самото основање на Пиксел посветени сме да наоѓаме решенија за потребите и барањата на клиентите и соодветно адаптирање. Благодарение на ваквиот став, нешто што започна како идеја за развој на дигитален продукт се трансформираше во понуда на дигитални услуги од сферата на маркетингот, дизајнот и развојот, за денес веќе да прерасне во една поинаква компанија на македонскиот пазар нудејќи широко портфолио на дигитални и традиционални услуги.

бизнис единици, односно развој на софтвер, дизајн и маркетинг (дигитален и традиционален). Со својата уникатна позиција на пазарот како компанија бевме први кои го сменија моделот на работа со клиентите во делот на маркетингот и воведовме т.н. агилен начин на работа. Наместо работа за месечни фиксни суми, на нашите клиенти им понудивме скалабилни тимови на експерти кои посветено работат на нивните потреби.

Ширењето на нови пазари е неизоставен дел од растот на една компанија, па така низ годините обезбедивме присуство на повеќе од 10 пазари и партнерски соработуваме со многу компании како нашата, бидејќи знаеме дека синергијата е секогаш посилна од индивидуализмот.

Кога станува збор за предизвиците, тие се секогаш присутни кога сакате да бидете различни. Индустријата во која работиме е премногу динамична и со себе го носи предизвикот на одржување чекор со технолошките промени. Справувањето со конкуренцијата преку иновација, квалитет и ценовна стратегија низ годините наназад е уште еден од

константните предизвици. Можеби еден од најголемите предизвици со кои сме се соочувале, а верувам дека и во иднина ќе се соочуваме е човечкиот капитал, односно ефективното управување со луѓето и сите предизвици кои ќе произлегуваат од овој комплексен процес.

▶ Низ годините изградивте богато портфолио на локални и регионални клиенти од различни индустрии. Кој е Вашиот коментар за пазарот, во однос на индустријата, клиентите и свесноста за дигитализацијата?

Филип Ристевски: После пандемијата и нашиот пазар и компаниите ја сфатија потребата од промена во интерните процеси во име на поголема продуктивност и оптимизација од една страна, но и во држењето чекор со глобалниот пазар од друга страна.
Како што ние како компанија се развиваме следејќи ги светските трендови, се обидуваме тоа да го преточиме и кај нашите клиенти.
Она што и ден денес се трудиме да го покажеме е дека компаниите треба да ги отстапат своите процеси на професионалци од таа област кои за нив ќе создадат дополнителна вредност, додека тие треба да се насочат во усовршување на нивните производи и услуги.

▶ Вашата компанија ја дефинирате како „партнер во достигнувањето дигитална зрелост“ - што значи ова за вас?

Владимир Ристевски: Она што кај нас се смета за дигитална трансформација е реално само активно користење на дигиталните канали и е далеку од трансформација. Сè уште заостануваме зад регионалните и светските пазари во поглед на иновации, дигитална зрелост и храброст во комуникација на социјалните мрежи, но барем свесноста за потребата е веќе на високо ниво.
Сметам дека тоа ниво е доволно за да може клиентите да разберат дека имаат да изодат уште долг пат за да дојдат до момент каде што половина од нивните активности ќе бидат дигитализирани и автоматизирани, но и податоците и заклучоците од тие процеси ќе бидат лесно разбирливи со помош на генеративната вештачка интелигенција која е во подем во моментов.
Пазарот е во идеална почетна фаза за правење промени кои ние како компанија сакаме да ги надградиме со иновативни и креативни дигитални решенија со кои компаниите ќе созреат во начинот на кој растат и се развиваат.

▶ Каде Вие го гледате Пиксел во наредните 10 години? Кои се краткорочните и долгорочните цели на компанијата во индустријата за дигитален маркетинг?

Димитар Јовевски: Во наредните години се очекува индустријата во која работиме да се развива и адаптира на развојот на нови технологии, а со тоа ќе се развиваме и ние. Она што можам со сигурност да го кажам е дека на краток рок ќе продолжиме да работиме на тоа да бидеме препознаени на пазарот по квалитет, посветеност и персонален пристап кон клиентите.
Ќе продолжиме да иновираме и брзо да ги прифаќаме и употребуваме новите технологии, пред сè вештачката интелигенција. Од друга страна, на малку подолг рок очекуваме да го видиме Пиксел како регионален и европски партнер на многу компании во нивниот пат кон дигитален развој и трансформација, а секако и кон достигнување на дигитална зрелост. ■■■

КЛИМАТСКИТЕ ПОЛИТИКИ НА ЕУ ВРЗ ГРБОТ НА ЗЕМЈОДЕЛЦИТЕ И РАНЛИВИТЕ КАТЕГОРИИ

НОВИТЕ ЕВРОПСКИ „ЈАГЛЕРОДНИ ДАВАЧКИ“ МОЖЕ ДА ПРЕДИЗВИКААТ СОЦИЈАЛНИ НЕМИРИ

Европската унија е изложена на ризик од широко распространета реакција против нејзината климатска агенда, освен ако политичарите не направат повеќе за да ги ублажат ефектите од порастот на цените врз домаќинствата со ниски приходи, смета шефот на германската агенција за животна средина, Дирк Меснер.

Земјоделците во многу земји од ЕУ веќе излегоа на улиците протестирајќи против климатските и зелените политики кои го загрозуваат нивниот опстанок, а сè поголем број луѓе исто така согледуваат дека климатските политики само ќе го осиромашат уште повеќе населението веќе осиромашено од инфлацијата и цените.

Сепак, Европската унија како да не се грижи околу тоа, па најавува и нови давачки за „јаглерод“ и го наведува Системот за тргување со емисии (ETS) како главна алатка за борба против климатските промени. А тоа е систем кој им овозможува на загадувачите да продолжат да загадуваат, но само ако плаќаат. Поради тоа, ЕУ смета дека е неопходно да се зголемат цените на јаглеродот на глобално ниво и велат дека зголемувањето на цените на јаглеродот е најисплатлив начин за намалување на емисиите во потребниот обем и со потребната брзина.

Јаглеродните давачки ќе се вградат и во патниот транспорт и греењето

Тековната (четврта) фаза на ETS трае од 2021 до 2030 година, а ЕУ

Системот за тргување со емисии (ETS) како главна алатка за борба против климатските промени, за некоја година ќе ги опфати и патниот транспорт и греењето, што ќе ги погоди во голема мера и онака погодените од инфлација домаќинства.

постави нова, зголемена цел за овој период за намалување на емисиите на стаклени гасови за 62 проценти во споредба со нивоата од 2005 година. Во моментов, системот се применува на електрани, широк опсег на енергетски интензивни индустриски сектори, летови во ЕУ и Европската економска област (ЕЕА) и летови во Швајцарија и Велика Британија, како и поморски сообраќај.
Но, се чини дека тоа не е доволно, па од 2027 година ќе се додадат цените на јаглеродот, односно системот ќе важи и за патниот транспорт и греењето, што драстично ќе ја зголеми цената на парното, како и класичните горива, дизелот и бензинот. И токму тоа го загрижува првиот човек на германската Агенција за животна средина, Меснер, како и многу други кои први ќе го почувствуваат тоа зголемување на цените што удира по домаќинствата.
Патем, цените на јаглеродот во ЕУ ЕТС значително се зголемија минатата година. Во март 2023 година цената беше околу 80 евра за тон јаглерод диоксид, а тоа е најдобрата година кога се зборува за цената на јаглеродот. Во моментов цените паѓаат, па од почетокот на годинава цените паднаа за 30 отсто, а сега цената на јаглеродот е околу 25 евра за тон. Сепак, аналитичарите веруваат дека цените само ќе се зголемуваат во иднина.
Треба да се додаде дека цените на јаглеродот се имплементираат во сè повеќе земји во светот и дека според Светска банка, во 2023 година, 68 земји и 27 суб -национални јурисдикции имале некаква цена на јаглеродот.
Оние кои се залагаат за таков систем велат дека предноста на цените на јаглеродот е тоа што ги поттикнува компаниите да ги намалат емисиите, иако таа изјава е дискутабилна. Затоа што, да речеме, зошто една компанија би го намалила загадувањето ако може да плаќа и да продолжи како досега. И како што сега стојат

Земјоделците во многу земји од ЕУ веќе излегоа на улиците протестирајќи против климатските и зелените политики кои го загрозуваат нивниот опстанок, а сè поголем број луѓе исто така согледуваат дека климатските политики само ќе го осиромашат уште повеќе населението веќе осиромашено од инфлацијата и цените.

работите, токму тоа се случува најчесто.
Што се однесува до недостигот, тргувањето со цените на јаглеродот и неговото додавање во греењето и патниот транспорт секако ќе доведе до поскапување кое, како што велат бирократите на ЕУ, ќе падне на грбот на граѓаните, но сето тоа заради климата, велат тие. А дали и населението на ЕУ ќе биде за климата преку нивните плеќи, ќе видиме допрва, но веројатно не. Друг негативен аспект, како што наведуваат, дури и во самата Унија, е дека таквиот систем на цени на јаглеродот ќе биде неправеден кон сиромашните и маргинализираните групи. Тоа значи дека и самите се свесни дека ќе осиромашат добар дел од населението, но очигледно тоа не е голема грижа на европските бирократи.

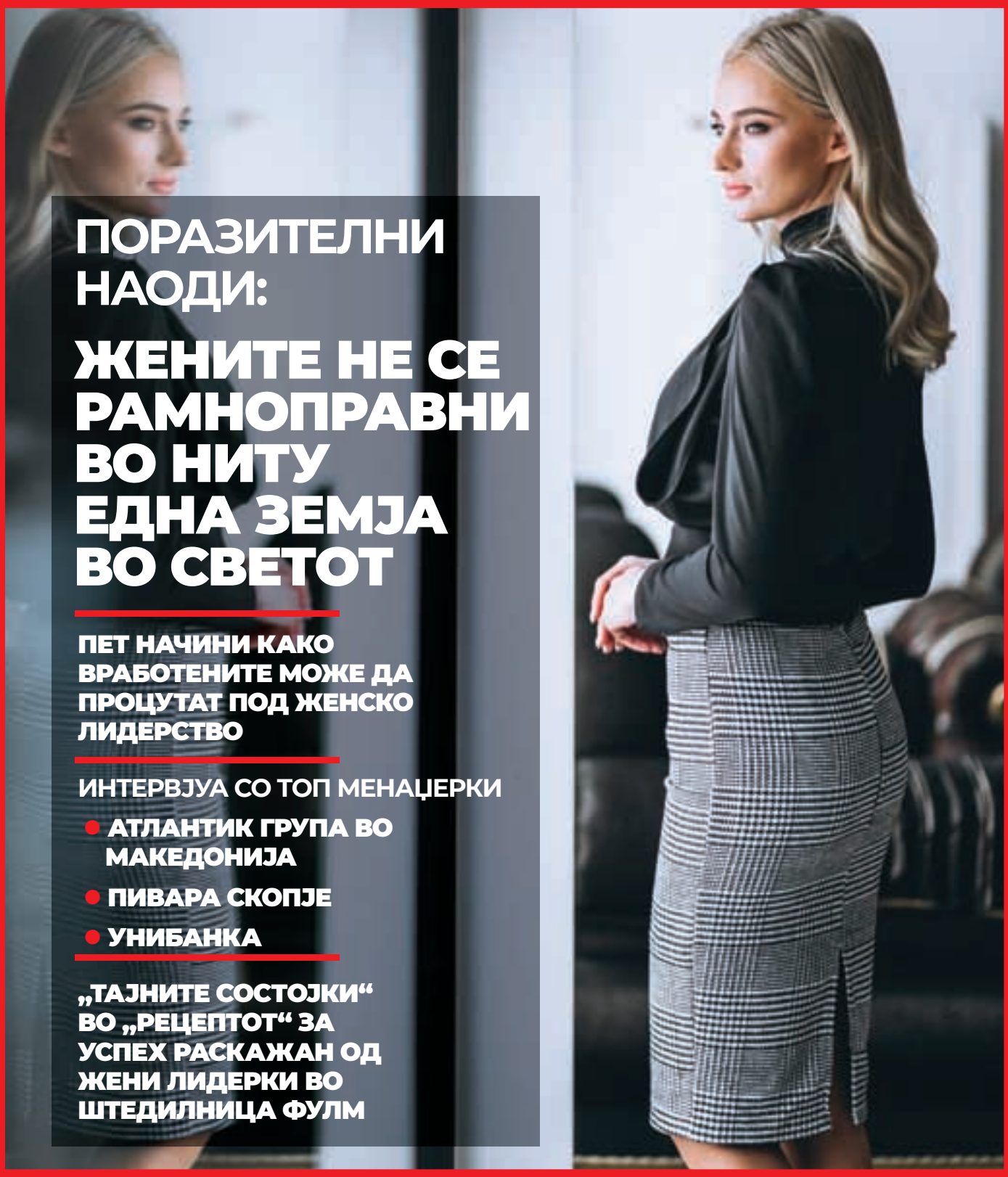
Климатска дивиденда

Поради можното осиромашување на населението, Германската агенција за животна средина (UBA) предлага приходите од системот за цени на јаглеродот да се искористат за да се исплати таканаречената климатска дивиденда на ранливите потрошувачи за да се ублажи влијанието на транзицијата. Германската трипартитна коалиција под водство на канцеларот Олаф Шолц вети дека ќе воведе таква климатска дивиденда, но предлогот беше дочекан со скептицизам поради буџетската криза во земјата. Министерот за финансии Кристијан Линднер претходно оваа година го отфрли воведувањето на мерката во овој законодавен мандат, а портпаролот на Шолц додаде дека таа може да се одложи до 2027 година. Меснер смета дека тоа не е добро и дека „веќе сме под временски притисок“.
Ако новиот систем на цени започне без заштита на потрошувачите, веројатно ќе има јавна реакција, како што беше кога земјата воведе контроверзна забрана за котли на фосилни горива, која мораше повторно да ја ублажи минатата година.
Иако компаниите плаќаат такси за јаглерод за загадување, трошоците на крајот се на товар на потрошувачите. Германија, најголемата европска економија, веќе почна да ги одредува цените на горивата за греење и патен транспорт на 45 евра за тон. Ова догодина треба да се зголеми на 55 евра.

special edition

ЖЕНИТЕ ВО БИЗНИСОТ

издание на
Капитал business magazine
15 март 2024



ПОРАЗИТЕЛНИ НАОДИ:

ЖЕНИТЕ НЕ СЕ РАМНОПРАВНИ ВО НИТУ ЕДНА ЗЕМЈА ВО СВЕТОТ

ПЕТ НАЧИНИ КАКО ВРАБОТЕНИТЕ МОЖЕ ДА ПРОЦУТАТ ПОД ЖЕНСКО ЛИДЕРСТВО

ИНТЕРВЈУА СО ТОП МЕНАЏЕРКИ

- **АТЛАНТИК ГРУПА ВО МАКЕДОНИЈА**
- **ПИВАРА СКОПЈЕ**
- **УНИБАНКА**

„ТАЈНИТЕ СОСТОЈКИ“ ВО „РЕЦЕПТОТ“ ЗА УСПЕХ РАСКАЖАН ОД ЖЕНИ ЛИДЕРКИ ВО ШТЕДИЛНИЦА ФУЛМ

ПОРАЗИТЕЛНИ НАОДИ

ЖЕНИТЕ НЕ СЕ РАМНОПРАВНИ ВО НИТУ ЕДНА ЗЕМЈА ВО СВЕТОТ

На глобално ниво, за секој долар којшто го заработува маж, жените заработуваат 77 центи, според анализата на Светска банка. Од 190 земји, 98 имаат донесено закони што се однесуваат на рамноправноста на платите, а само 35 проценти имаат конкретни мерки и механизми за вистинско спречување на дискриминацијата.

Иако поради родовата еднаквост, односно изедначувањето на положбата на мажите и жените, глобалниот БДП би пораснал за најмалку 20 проценти, ниту една земја, дури ни најбогатите, не им пружаат на жените исти можности како и мажите.

Само три дена пред Меѓународниот ден на жената, на 5 март, Светската банка го претстави својот годишен извештај за положбата на жените на пазарот на трудот - „Women, Business and The Law 2024“, кој покажа дека родовите разлики се поголеми одошто се сметало претходно. Иако поради родовата еднаквост, односно изедначувањето на положбата на мажите и жените, глобалниот БДП би пораснал за најмалку 20 проценти, ниту една земја, дури ни најбогатите, не им пружаат на жените исти можности како и на мажите. За разлика од претходните истражувања, во овогодишното беа вклучени два нови показатели – сигурноста на жените и пристапот до услуги за згрижување деца, но и правна рамноправност, односно законска заштита.

Нееднаквост по сите критериуми

Како што се покажало, законите се еднакви во сè, но само во теорија. Во пракса, жените постигнуваат 64 проценти од правната заштита што ја имаат мажите, што е помалку од претходно проценетите 77 проценти. Во десеттото издание на извештајот на Светска банка изнесени се поразителни податоци и кога е во прашање родовиот јаз во платите, односно разликата меѓу платите на мажите и жените.
На глобално ниво, за секој долар којшто го заработува маж, жените заработуваат 77 центи. Од 190 земји, 98 имаат донесено закони што се однесуваат на рамноправноста на платите, а само 35 проценти имаат конкретни мерки и механизми за вистинско спречување на дискриминацијата. Кога станува збор за сигурноста, жените постигнуваат едвај една третина од потребната законска заштита од семејно насилство, сексуално вознемирување, склучување детски бракови и фемициди. Иако 151 земја, покажува извештајот, имаат закони кои го спречуваат сексуалното вознемирување на работното место, само 30 (!) имаат закони кои го забрануваат тоа на јавни места. Кога станува збор за достапноста на услугите за згрижување деца, ситуацијата не е нималку идилична.

Во споредба со мажите, жените трошат во просек два и пол часа повеќе на (неплатена) грижа за децата, помалку од половина од испитаните земји обезбедуваат финансиска поддршка или даночни олеснувања на родителите со мали деца, додека помалку од една третина имаат стандарди за квалитет за услугите грижа за деца . Како што се заклучува во извештајот, глобалната економија расте исклучително бавно, а жените имаат моќ да го забрзаат растот. „Светот едноставно не може да си дозволи да држи половина од населението на страна. Нашите ќерки се подготвени и способни да го направат светот подобро место – ако им се тргнеме од патот“, велат од Светска банка.

Уделот на жени во работна сила зголемен, но јазот во платите бавно се намалува

Кога веќе зборуваме за висината на платите, PwC исто така во пресрет на одбележувањето на Меѓународниот ден на жените, објави две истражувања, „Women in Work Index“ и „Inclusion Matters“, каде што се наведува дека со сегашното темпо ќе биде потребно повеќе од 50 години за да се премости просечната разлика во платите меѓу мажите и жените во сите 33 земји членки на Организацијата за економска соработка и развој – ОЕЦД. Индексот WiW во сите земји-членки на ОЕЦД го мери напредокот кон родовата еднаквост на работното место врз основа на пет индикатори користени во анализата на PwC за евалуација на различни показатели за родова еднаквост на работното место, од кои еден е родовиот јаз во платите. И покрај одреден напредок во изминатата деценија, овогодинешната анализа покажува дека во однос на сите пет индикатори, патот до родовата еднаквост на работното место е сè уште прилично долг. Во текот на последната деценија, просечната оценка според Индексот се зголеми од 56,3 во 2011 година на 68 во 2022 година. Во последното ажурирање на Индексот, просечниот резултат на земјите-членки на ОЕЦД се зголеми за приближно два поени од 66 во 2021 година на 68 во 2022 година.

Помеѓу 2021 и 2022 година, најголемиот напредок во земјите-членки на ОЕЦД беше поттикнат од зголемувањето на уделот на жените меѓу вработените од 70,8 отсто на 72,1 отсто и падот на стапката на невработеност кај жените од 6,4 отсто на 5,3 отсто. Сепак, просечниот јаз во платите меѓу половите во земјите на ОЕЦД се зголеми од 13,2 отсто на 13,5 отсто во истиот период. Ова покажува дека и покрај поголемата застапеност, жените остануваат во значително послаба позиција во однос на надоместокот во споредба со мажите. Од објавувањето на првиот Индекс во 2011 година, родовиот јаз во платите е еден од показателите кои најбавно се подобруваат, паѓајќи за само три процентни поени помеѓу 2011 и 2022 година во сите земји на ОЕЦД.

Луксембург шампион по родова еднаквост

Според Индексот, на прво место е Луксембург, а потоа следат Исланд и Словенија. Првите пет земји во рангирањето на Индексот од 2021 година сè уште ги заземаат првите пет места во 2022 година, но нивниот редослед е променет. Одличниот ранг на Луксембург произлегува од подобрувањето на сите показатели, а пред се од фактот што земјата сè уште има најнизок јаз во платите меѓу половите меѓу сите земји-членки на ОЕЦД. Во Луксембург, родовиот јаз во платите е негативен, односно -0,2 отсто, што значи дека просечната плата е во просек повисока кај жените отколку кај мажите. Нордиските земји Финска, Норвешка, Данска, Шведска и Исланд ги заземаат првите 11 места на рангирањето. Мексико има најниска оценка на индексот од 2018 година. Неговото лошо рангирање во 2022 година главно се должи на големиот јаз во платите меѓу половите (17%) и нискиот удел на жени во работната сила (50%) во споредба со просечниот јаз во платите меѓу половите од 14% во земјите на ОЕЦД и уделот на жените од 72 проценти.

Едвај 16,5% од топ менаџментот во најмоќните домашни компании се жени

Во Македонија уделот на жените во работната сила е понизок и од оној во Мексико, односно 43%, а на мажите 63%, што покажува голем неискористен потенцијал, којшто може да го зголеми економскиот раст. Родовиот јаз во платите пак се движи во интервал од 7 до 16 проценти што е спротивно со трендот во ЕУ каде има континуирано намалување на јазот во платите меѓу жените и мажите. Како што истакна и гувернерката на Народната банка, Анита Ангеловска – Бежоска во едно свое обраќање на форум посветен на родовата еднаквост неодамна, потребни се и поголема свесност и поддршка во општеството за зголемување на улогата на жената во раководните структури, што ќе

донесе поголеми придобивки.

„Глобалниот извештај за родов јаз од 2023 година покажува дека од 146 земји, ние сме рангирани на 108 место, кога станува збор за економското учество и можностите на жените. Според овој извештај, учеството на компаниите со жени на лидерската позиција е околу 20%, а сличен е и процентот на компаниите во чијашто сопственичка структура преовладуваат жените. И во финансискиот сектор податоците не се задоволителни. На пример, кај банките само 31% од вкупниот број членови на УО и НО се жени, а кај дел од банките воопшто нема жени во раководните органи на банката“, посочи гувернерката.

Во прилог на овие наоди оди и родовата анализа на органите на управување во котираните компании што последниве неколку години ја прави Македонската берза. Имено, според најновата

Во Македонија уделот на жените во работната сила е 43%, понизок и од оној во најлошо котираната земја членка на ОЕЦД, Мексико, кај што е 50%, додека на мажите е 63%, што покажува голем неискористен потенцијал на земјава, којшто може да го зголеми економскиот раст. Родовиот јаз во платите пак се движи во интервал од 7 до 16 проценти што е спротивно со трендот во ЕУ каде има континуирано намалување на јазот во платите меѓу жените и мажите.

анализа за годинава, само 16,5% од извршните директори или претседатели на управни одбори во 89 котирани друштва се жени, што е истиот процент всушност од годината претходно, а е влошување во однос на 2022 година, кога оваа бројка била 19,6%.

Вкупното учество пак на жените во органите на управување на овие компании, коишто бројат 559 членови, е 25,4%, што е пак мало подобрување во однос на лани, кога било 24,8%. Гледано по сектори, најголемо е учеството на жените во топ менаџментот на земјоделските компании, 40,63%, а најмало во фармацијата, со само 12,5%. Но, со оглед дека земјоделски компании има вкупно котирани 5 на Берзата, а фармацевтски две, овие проценти не може да ги земеме како совршено релевантни. Затоа, во индустријата пак, каде што има најмногу котирани компании, 35, и може да се добие пообјективен приказ на родовата еднаквост, жените во топ менаџментот се застапени со 22,7%.

Стимулирање на женско претприемништво со родова еднаквост при доделување кредити

Според некои процени, поголемото учество на жените во претприемништвото може да го зголеми глобалниот економски раст од 5 до 6 трилиони долари. Оттаму, обезбедувањето пристап до финансии за овие мали и средни фирми е од исклучително значење за економијата во целина. Пониската вработеност на жените и пониското доход влијаат и до пристапот до финансирање. Кај нас околу 55 проценти од вкупниот број на кредитокорисници се мажи, 62 отсто од вкупната вредност на кредитното портфолио на банкарскиот систем е лоцирано кај мажите, а само 38 отсто кај жените. За таа цел, Народната банка ќе го предводи и ќе го координира спроведувањето на проектот на Европската банка за обнова и развој (ЕБОР) во земјава, насочен кон поддршка на женското претприемништво и финансиската вклученост на жените претприемачи. Проектот има за цел да обезбеди поддршка за поголем пристап на жените претприемачи до финансии, како и за зголемување на свесноста за значењето на родовата еднаквост при доделувањето кредити.

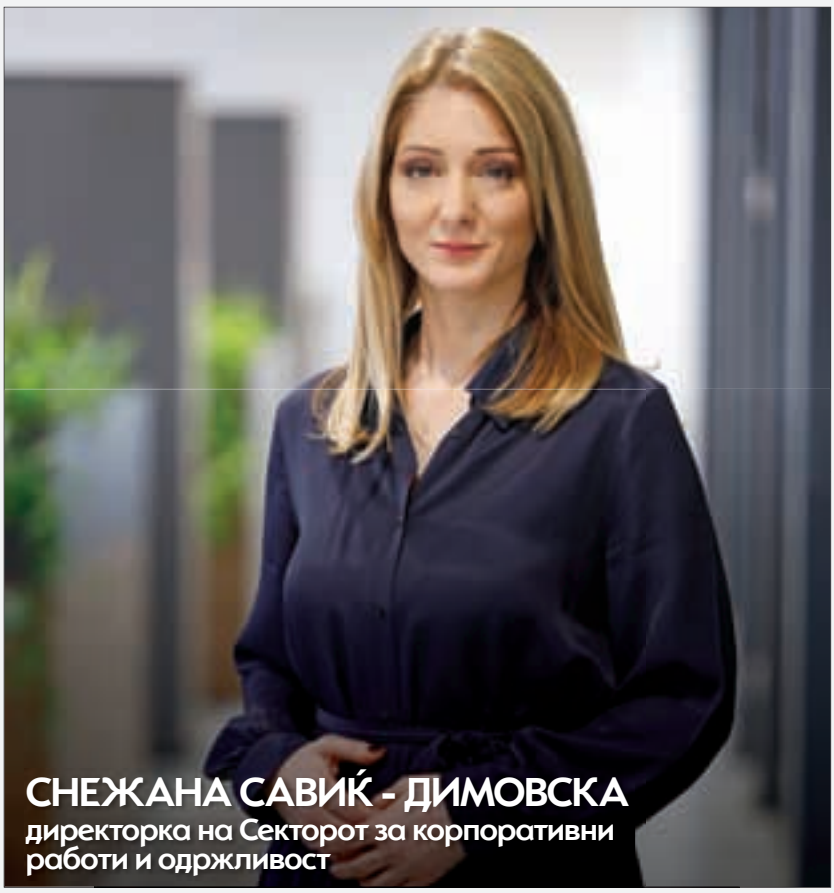
Жените во Македонија според статистиките се сопственички најчесто на мали и микро бизниси, поретко на средни или големи. Оттаму, обезбедувањето пристап до финансии за овие мали фирми е од исклучително значење за економијата во целина.

ПИВАРА СКОПЈЕ

НАША ОДГОВОРНОСТ Е ДА БИДЕМЕ ПРИМЕР ВО ОПШТЕСТВОТО ЗА ЦЕЛОСНА РАМНОПРАВНОСТ ВО СИТЕ АСПЕКТИ НА БИЗНИСОТ

Разговаравме со дел од лидерскиот тим на Пивара Скопје за нивниот кариерен развој, за она што ги мотивира и води, за нивните позиции и што тие значат, и за она што го научиле попатно во нивната кариера.

Како општествено одговорна компанија и дел од две интернационални групации, Пивара Скопје има поширока одговорност да биде пример за останатите во општеството за создавање и спроведување политики за постигнување на целосна рамноправност, не само помеѓу мажите и жените, туку воопшто помеѓу сите луѓе. Истовремено, преку начинот на своето делување на пазарот, има за цел да охрабрува и инспирира дека постојат компании во кои рамноправноста е проткаена во сите аспекти на бизнисот. Зборувајќи за нивните кариерни достигнувања и предизвици, директорките од неколку клучни сектори во компанијата се осврнуваат на важноста на инклузивноста на работното место и балансираните тимови, кои освен што ја зголемуваат креативноста во тимовите и можностите за иновации, ја подобруваат меѓусебната соработка, а исто така позитивно влијаат и на перформансите на компанијата.



СНЕЖАНА САВИЌ - ДИМОВСКА

директорка на Секторот за корпоративни работи и одржливост

▶ Успешно направивте транзиција од директорка на Секторот за правни работи во директорка на Секторот за корпоративни работи и одржливост на Пивара Скопје. Како изгледаше тоа и која е вашата визија за понатамошниот развој на овој сектор?

Во тимот на Пивара Скопје се вклучив пред повеќе години како директорка на правниот сектор. Тоа претставуваше голема професионална промена земајќи ја предвид големината на компанијата на која што ѝ се приклучив, при што имав среќа да бидам во средина во која добив многу поддршка за време за прилагодувањето, безброј можности за учење на нови работи, многу прилики за реализација на различни проекти, и сето тоа меѓу пријатни и пријателски настроени соработници. Да се води еден од секторите во Пивара Скопје има своја тежина и претставува голема одговорност, а истовремено е и голема предност, бидејќи зад Пивара Скопје стојат две огромни и светски познати компании – Coca-Cola HBC и Heineken.

Транзицијата од Правниот во Секторот за корпоративни работи и одржливост дојде природно, како заокружување на едно убаво поглавје во правниот сектор. Тоа беше исполнето со разновидни предизвици, успеси, секојдневни работи, кризни ситуации, и секако квалитетно време поминато со колегите. Во духот на мојот личен развој, постојаната желба за откривање на нешто ново, потрагата по промени како поттик во она што го работам, се надоврза преземањето на раководната улога во Секторот за корпоративни работи и одржливост.

Секоја промена е здрава и неопходна, и претставува нешто што секогаш ме движи и мотивира. Преземањето на овој сектор беше интересна можност, бидејќи претставуваше сосема нова област која немаше многу допирни точки со мојата дотогашна работа и дотогашниот начин на функционирање и размислување, па поради тоа ми беше уште попривлечна и поинтересна.

Новите обврски и должности веднаш тропнаа на вратата, во нашата индустрија нема време за некој период на адаптација и постепено прилагодување, туку напротив, работата ме дочека со голема брзина и големи предизвици за кои немаше време за подготвување или учење, и сето тоа мораше да се прави во од. Иако ова не е ни најмалку лесно, овој начин на работа уште повеќе ми ја зголеми желбата за успех и ме мотивираше да дадам сè од себе. Колку е поголем предизвикот, толку повеќе кај мене се раѓа позитивна возбуда, желба и мотивација.

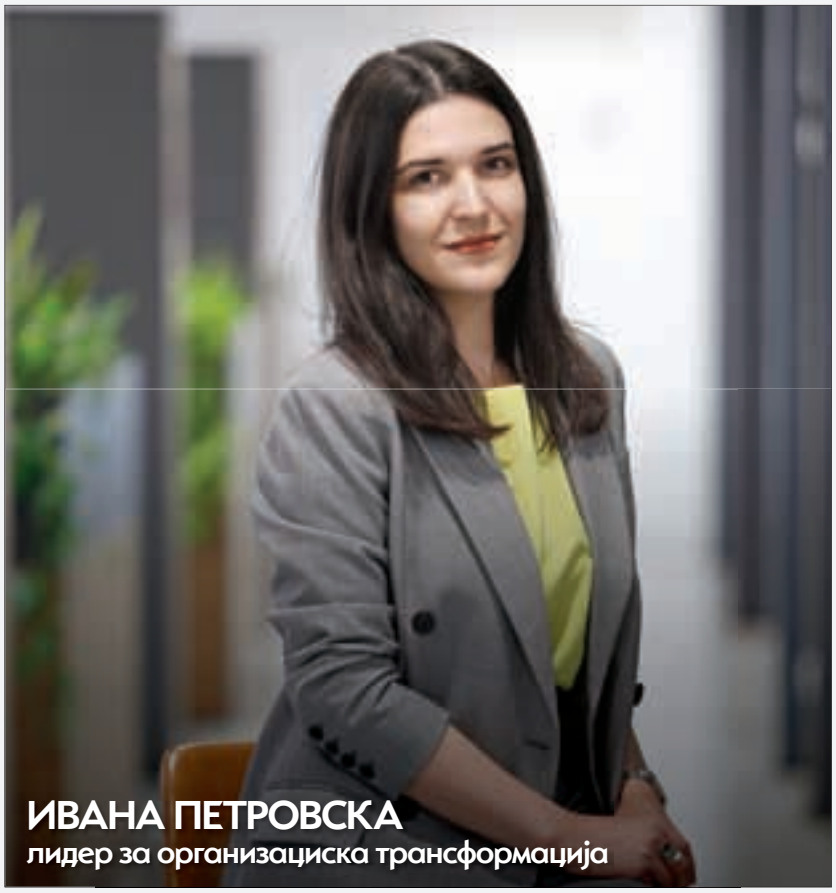
Секторот за корпоративни работи и одржливост го гледам како нераскинлива нишка со сите останати сектори во Пивара Скопје, поддршка на бизнисот во сите можни сегменти, сектор кој ги промовира и живее вредностите на Пивара Скопје, ја развива и шири нашата култура и преку кој се врши позитивно влијае на општеството во кое живееме. Овој сектор со своите активности го преставува лицето на Пивара Скопје и токму од тие причини е привилегија да се биде дел од него.

▶ Што е она од Вашето досегашно работење во Пивара Скопје што Ве мотивира и движи напред?

Пивара Скопје е компанија со повеќе од стогодишна традиција на македонскиот пазар, особено препознатлива и синоним за квалитет, успех и долговечност, а воедно преставува уникатно здружување на две интернационални компании кои се непресушен извор на искуство и иновации. Да се биде дел од ова семејство, истовремено е и задоволство и обврска.

Она што мене лично ме мотивира и ме движи напред е љубовта кон мојата работа, достигнувањата кои сме ги остварале заедно со моите колеги, кога искрено се радуваме на меѓусебните успеси, работа во средина во која навистина има безбројни можности за развој, стекнување на знаења и искуства, влијанието кое го имаме на заедницата во која живееме, како и големата љубов кон брендовите за кои работам. Секоја успешно завршена работа кај мене претставува мотив следниот пат да постигнам нешто уште повеќе и уште подобро, а сето тоа да биде на вистинскиот начин, во согласност со нашите вредности и заедно со тимот со кој работам.

Ме радува фактот што како компанија ги делиме истите вредности со сите наши партнери и соработници, во насока на унапредување на заедницата во која дејствуваме и живееме. Само заедно можеме да придонесеме кон подобар свет за идните генерации, и мило ми е што сум дел од компанија која тоа го препознава, но и го докажува преку дела. ■■■



ИВАНА ПЕТРОВСКА
лидер за организациска трансформација

Каков е предизвикот да се води Пивара Скопје кон организациска трансформација и што точно подразбира тоа?

Терминот организациска трансформација добива сè поголема популарност во последниве неколку години, меѓутоа сè уште е проследен со доза на мистичност околу тоа што всушност претставува. Накратко, организациската трансформација претставува структуриран процес на водење на промените во една организација кои се неопходни за премин од моменталната кон посакувана идна состојба. Ова најчесто вклучува промени во организациската структура, процесите, начинот на работа, технологијата и културата на компанијата.

Во денешното високо конкурентно, динамично и непредвидливо деловно опкружување ваквите промени се неопходни за опстанокот на една компанија. Брзината со која компаниите можат да се адаптираат на надворешните промени и влијанија и да одговорат на барањата на потрошувачите е клучна за осигурување на одржлив долгорочен раст и развој.

Меѓутоа, патот кој треба да се изоди за да дојдеме до посакуваниот исход не е ни малку лесен. Со оглед на тоа дека трансформацијата претставува долг и комплексен процес, истиот неизбежно е проследен со низа предизвици.

Еден од нив е поврзување на визијата за посакуваната цел и начинот на којшто истата се имплементира на пазарот. Првиот чекор кон успешна трансформација е јасна комуникација за тоа каде сакаме да бидеме и како овој процес на промени ќе ни помогнеме да стасаме таму.

Стравот од непознатото и прифаќањето на предвидените промени исто така може да претставуваат предизвик во фазата на имплементација. Нивното надминување зависи од неколку елементи. Првиот е способноста на лидерите да овозможат работна средина во која се цени и поддржува иновативноста, адаптибилноста и меѓусебната соработка.

Вториот елемент е посветеноста на вработените и желбата за придонес кон остварување на посакуваната цел. Последниот, но не помалку важен, е континуирана транспарентна комуникација на сите нивоа во организацијата.

Комплексната организациска структура исто така може да претставува предизвик, особено во големи компании. Таа може значително да ја отежни комуникацијата и синхронизацијата на активностите помеѓу различните сектори, системи и процеси.

Во кратки црти, организациската трансформација зависи од способноста за успешна интеграција на различните аспекти на трансформацијата. Ова бара вложување на време, труд и ресурси, меѓутоа трансформацијата е единствениот начин за обезбедување на одржлив раст во денешниот свет на постојани промени.

Како трендовите на новите начини на работа влијаат врз успешноста на една компанија?

Еден од главните катализатори на успешната организациска трансформација е самата промена на начинот на кој ги извршуваме секојдневните работни активности.

Брзиот технолошки развој, особено во последната деценија, ни става на располагање голем број на дигитални алатки кои ни помагаат во секојдневното работење. Правилното имплементирање на овие алатки во фазата на редизајнирање на внатрешните процеси, може значително да ги оптимизира процесите од аспект на време и ресурси, и со тоа да ја направи компанијата да може соодветно да одговори на барањата на пазарот.

Зголемената достапност на информации исто така може да ги подобри перформансите на компаниите кои соодветно ги користат расположливите извори на податоци при донесувањето на деловните одлуки.

Освен преку технолошките промени, компаниите може да ја зголемат продуктивноста и преку имплементација на нови методологии за работа. Методологиите кои промовираат повисоко ниво на соработка кое ги надминува границите на традиционалните организациски структури, придонесуваат за подобрување на благосостојбата на вработените, ја поттикнуваат иновативноста, самоиницијативноста и чувството за одговорност и припадност.

Успешниот спој на дигитализација и оптимизација на процесите, проследено со одржување на здрава организациска култура, е она што ја издвојува Пивара Скопје како водечка компанија на домашниот пазар. ■■■

МАГДАЛЕНА ХРИСТОВА
финансиски директор

Вашиот кариерен пат во Пивара Скопје го започнавте како внатрешен ревизор, а сега сте на позицијата финансиски директор. Како изгледаше тој кариерен пат?

Се приклучив на семејството „пиварци“ во 2013 година, на позицијата внатрешен ревизор. Сè уште ми се свежи сеќавањата од интервјуто, кога ме прашаа како ќе се снајдам со оваа промена, а јас самоуверено одговорив: „Дајте ми шест месеци и ќе научам“. Брзо ми одеше учењето и запознавањето со колегите. Еден ден, му пристапив на тогашниот финансиски директор и побарав да работам на проекти во финансии со цел уште повеќе да го проширам моето знаење. Набрзо потоа ми беше понудена позицијата на финансиски контролор. Во следните четири години имаше многу предизвици по патот, но со поддршка на тимот и моите менаџери, секогаш наоѓавме начин како да дојдеме до решение. Дојде КОВИД-19 и соочување со новата реалност – платформите како Teams и Zoom станаа „новото нормално“ за комуникација.
Со семејството дома и со колегите на работа успеавме да воспоставиме рутини, ги поделивме одговорностите, направивме распоред за активности и бевме едно големо среќно семејство кое учеше и работеше од дома.
Во екот на пандемијата добив понуда за нов професионален предизвик во сосема нова земја и дополнително, личен предизвик со семејството и три деца кои не сакаат да се преселат надвор од земјата. Станав комерцијален финансиски менаџер во Coca-Cola HBC Србија. Во тој период, ја користев секоја можност да си го запознам мојот нов тим во живо. Чекор по чекор, состанок по состанок со комерцијалните функции, станавме партнери од доверба. Станавме тим што е близок, тим што работи заедно кон заедничките цели и изнаоѓање решенија.
По пандемијата патував многу, и стана навистина тешко да го најдам балансот помеѓу работата и семејството. Моите тинејџери останаа на своето да не се селат во Србија, и јас се соочив со нов предизвик. Најдоброто решение во моментот беше да се вратам во Пивара Скопје, овој пат со уште поголем предизвик – промена од Финансии во Продажба, што секако го прифатив и ја преземав улогата на менаџер за продажба за клучни купувачи. По мојот период на прилагодување на новата позиција, се појави нов предизвик - ја преземав улогата на финансиски директор во Пивара Скопје, а воедно го постигнав мојот Еверест. Но моето патување продолжува, а сега имам задача да го искачам мојот нов Еверест – да работам најдобро што можам во оваа улога, да ги надминам предизвиците по пат, и да продолжиме да победуваме како еден тим.

Кои се Вашите најголеми достигнувања кои Ве прават особено горда, и какви лекции научивте од нив?

Моите вредности имаа огромна улога во начинот на кој растев – самодисциплината и упорноста беа клучни во тоа да имам највисоки стандарди за точност и интегритет во мојата работа. Тимската работа, искреноста и храброста да се соочам со статус кво ситуациите, ми дозволија решително да носам одлуки, а континуираното учење беше најважно за да можам да растам. Никогаш не трчав по позиции, бев жедна за знаење. Секогаш кога имав нов предизвик, се потсетував себеси дека дадената можност треба да ја искористам најдобро што можам.
Низ мојот кариерен пат, еден совет ми остана врежан и до ден-денес: „Дознај што е твојот Еверест. Еверест ја преставува твојата ѕвезда водилка, насоката што те тера да одиш напред. Ако го имаш Еверест пред тебе, секогаш ќе знаеш во кој правец да се упатиш“.
Лекциите кои ги научив во текот на мојот личен и професионален развој се неколку, сите подеднакво важни. Пред сè, семејството е секогаш најголемата поддршка – во моментите кога треба да се донесат одлуки, семејството е секогаш тука да даде безрезервна поддршка во новите предизвици. Важно е секогаш храбро да ги прифаќаме предизвиците и да го имаме на ум нашиот личен Еверест. Секогаш да пристапуваме со доверба кон колегите, бидејќи тие се тим на професионалци кои ќе помогнат заедно професионално да растеме и секоја промена да ја прифаќаме како патување и можност за континуирано учење. ■■■

ВЕСНА ПАУНКОСКА – ДОДЕВСКА
директорка на Секторот за правни работи

Вие сте најновиот член на менаџерскиот тим на Пивара Скопје, на позицијата директорка на Секторот за правни работи. На кој начин вашето досегашно искуство Ве подготви за оваа улога?

Мојот кариерен пат е преплетен со различни улоги, како во јавниот сектор, така и во приватниот сектор. Широкиот спектар на различни кариерни улоги и области во правото, како дел од моите секојдневни задачи, ми овозможи да стекнам богато искуство и знаење во корпоративниот свет. Пред да се приклучам на менаџерскиот тим на Пивара Скопје, повеќе години бев дел од менаџерскиот тим на една од најголемите осигурителни компании во државата, којашто пак беше дел од најголемата осигурителна групација во Адриа регионот. Таму бев одговорна за правните и корпоративните работи и самата улога значеше вклученост во сите правни аспекти на работењето на компанијата, поврзани во најширока смисла на зборот со деловното и корпоративното право, вклучително и усогласеноста на работењето на компанијата со националните прописи. Со стекнатото искуство низ годините научив многу за корпоративните вредности, корпоративната култура и за начинот на функционирање на корпоративниот свет.

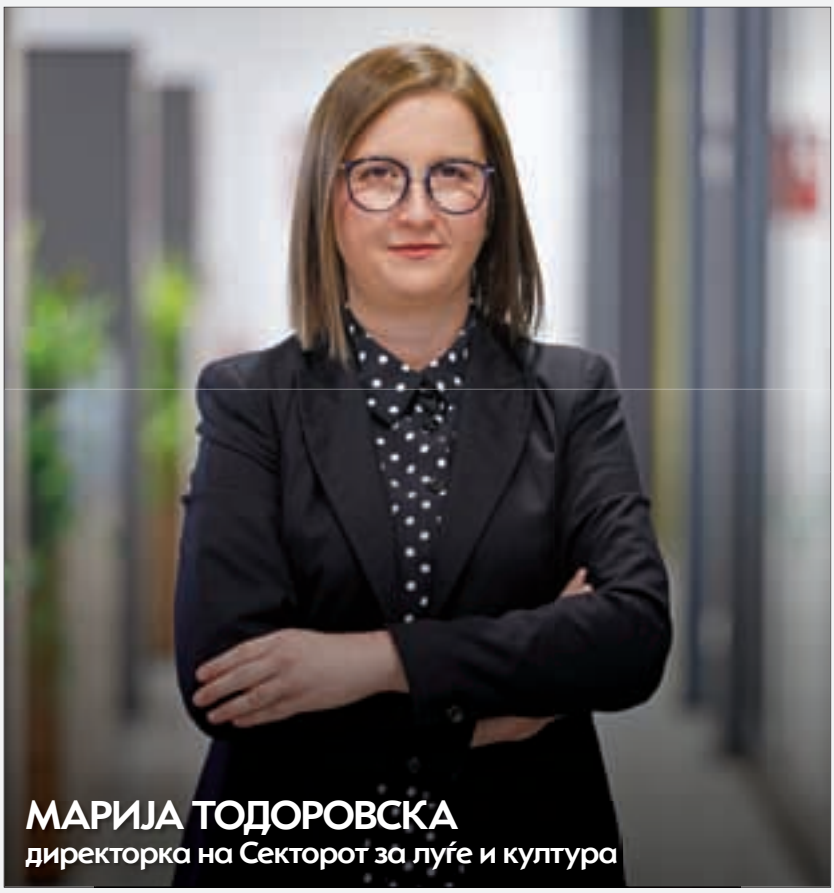
Во однос на професионалниот дел - правото, досегашното искуство беше клучно без дилема да го одберам новиот кариерен пат и да станам дел од менаџерскиот тим на Пивара Скопје. Секторот за правни работи е многу значајна алка во синџирот на секоја компанија. Тргнувајќи од стратегијата на компанијата од една страна, како и честите регулаторни промени во нашата земја од друга страна, Секторот за правни работи има навистина клучна улога во остварувањето на зацртаните финансиски резултати преку усогласено и законито постапување во сите сегменти на функционирањето и работењето. Токму затоа, за оваа улога во менаџерскиот тим значајно е да се поседува умешност да се разбере „големата корпоративна слика“, и истовремено да се води компанијата по правиот пат на усогласено работење.

Кои се вашите први впечатоци од работното место, динамиката на истото, опкружувањето и можностите кои ги нуди оваа за вас нова индустрија?

Промената во кариерниот пат, транзицијата од една индустрија во друга, беше навистина голем чекор напред и предизвик за мене, но истовремено ми се отвори нови хоризонти и можности за учење и континуирано усовршување, професионален и личен раст и развој. FMCG индустријата, како што сугерира и самиот назив, е многу динамична и брзо движечка индустрија, што само по себе за мене значеше и нова животна динамика. Несебичната поддршка од семејството и колегите беа клучни за брза и лесна адаптација на новата работна средина.

За мене претставува голема чест, но истовремено подразбира и одговорност, да бидам дел од висококвалификуваниот менаџерски тим на Пивара Скопје, составен од врвни и посветени професионалци. И не само членовите на менаџерскиот тим, туку и секој поединец во компанијата со своето знаење и стручност е дел од мозаикот на успешната приказна на Пивара Скопје. За еден однос да биде успешен, потребна е заемна почит и поддршка. Па така и тука, во односите помеѓу вработените и Пивара Скопје, постои високо ниво на доверба и синергија. Пивара Скопје нуди еднакви можности за сите, вклучително и разни формални и неформални современи алатки за кариерен развој и напредување на вработените, како и алатки за секојдневно учење и усовршување.

Оваа компанија претставува прогресивна средина за амбициозни и талентирани луѓе кои својата кариера ја гледаат во голема корпорација којашто нуди широк опсег на сеопфатни едукативни и кариерни можности, а пред сè можноста да се учи од врвни професионалци во FMCG индустријата. ■■■



МАРИЈА ТОДОРОВСКА
директорка на Секторот за луѓе и култура

▶ Три години сте дел од менаџерскиот тим на Пивара Скопје, на позицијата директорка на Секторот за луѓе и култура. Бевте прогласена и за најдобар HR- менаџер во земјата и имате долгогодишно искуство во полето на човечките ресурси. Од денешна перспектива, кога пазарот на труд доживува континуирана трансформација, што е она што успеавте да го постигнете во Пивара Скопје и ви помогна во позиционирање на компанијата како еден од најпосакуваните работодавачи во земјата?

Имајќи ја предвид комплексноста на бизнисот на Пивара Скопје, но и континуираната трансформација на пазарот на труд, би рекла дека да се води Секторот за луѓе и култура претставува предизвик и одговорност, но истовремено и задоволство со оглед на сите работи кои заедно со мојот тим успеваме да ги постигнеме. Пивара Скопје со својата повеќе од стогодишна традиција отсекогаш била релевантен работодавач на пазарот на труд во земјата. Од денешна перспектива на компанија која е дел од две меѓународни групации Coca-Cola HBC и Heineken, продолжува да им нуди на нашите луѓе место каде што можат да го достигнат својот целосен потенцијал. Пивара Скопје продолжува да биде место на иновации, воведување на нови технологии и дигитални алатки, препознатливи брендови, но и средина која на своите луѓе им нуди неограничени можности за учење, развој и професионален раст.
Токму ова нè издвојува како еден од најпосакуваните работодавачи во земјата, бидејќи инвестираме во нашите луѓе, а нивниот раст значи и наш раст.
Дополнително, Пивара Скопје е општествено одговорна компанија, а одржливиот развој е вткаен во нашата култура и во нашето секојдневие. Па така, преку програмите за студентски и средношколски пракси, платена практикантска работа и веќе добро препознатливата програма за летна пракса Coke Summership, ние со задоволство ги отвораме нашите врати и кон иднината на нашата земја, а тоа се младите луѓе. Им нудиме многубројни можности да дојдат и да учат од искусни професионалци кои несебично волонтираат да бидат нивни ментори и да ги водат низ почетоците на нивните кариери.

▶ Како компанија истакнувате дека клучот на успехот на Пивара Скопје се темели на луѓето, на нивните професионални компетенции и еднакви можности за развој. Можете ли да дадете краток осврт на вашите стратешки заложби во насока на јакнење на вештините на луѓето и градење лидери кои ќе се грижат за одржливоста на бизнисот?

Клучот на успехот на Пивара Скопје е во „пиварци“, луѓе кои секој ден доаѓаат на работа со мисија да создаваат вредности за тие на кои им служиме, а тоа се нашите купувачи, потрошувачи, вработени и заедницата. Континуираниот раст може да се постигне само со однесување насочено кон постојано учење, еволуирање, прилагодување и развој. Ние како компанија сме многу добро свесни дека за луѓето да го остварат својот максимален потенцијал, ние треба да создадеме средина која ќе им овозможи да учат, да бидат изложени на нови искуства, да излезат од својата комфорна зона, да експериментираат и да прават грешки без притоа да се плашат од осуда, и да достигнуваат нови нивоа на личен и професионален развој од сите овие искуства.
Овде имаме неколку структурирани програми кои се наменети за различни категории на вработени. Горди сме на Продажната академија која од прв ден е задолжена за воведување, обука и следење на напредокот на секој еден вработен во Секторот продажба. Од минатата година, по истиот принцип ја воведовме и Академијата за секторот синџир на снабдување (производство, одржување, логистика, набавки) и се погриживме дека нашите вработени постојано ќе ги добиваат најрелевантните и секогаш ажурни информации и потребни вештини кои се менуваат како што се менува и бизнисот и нашите потреби. Понатаму, за развој на лидерските и менаџерските вештини на нашите сегашни и идни лидери имаме повеќе различни програми наменети за нивните различни потреби.
И на крајот, би сакала да истакнам дека покрај постоењето на сите овие различни програми и можности за унапредување, подеднакво важно за нас како компанија е да креираме култура и средина каде што нема дискриминација, туку еднакви можности за сите и еднаков пристап до учење и унапредување. Со гордост можам да кажам дека денес во Пивара Скопје половина од менаџерите на средно и високо ниво се жени, половина од вработените вклучени во програмите за развој на лидерски вештини се жени, а апсолутно секој, без исклучок има пристап до многубројните академии, on-line обуки и тренинзи и сите други можности кои се достапни во рамките на компанијата. ■■■

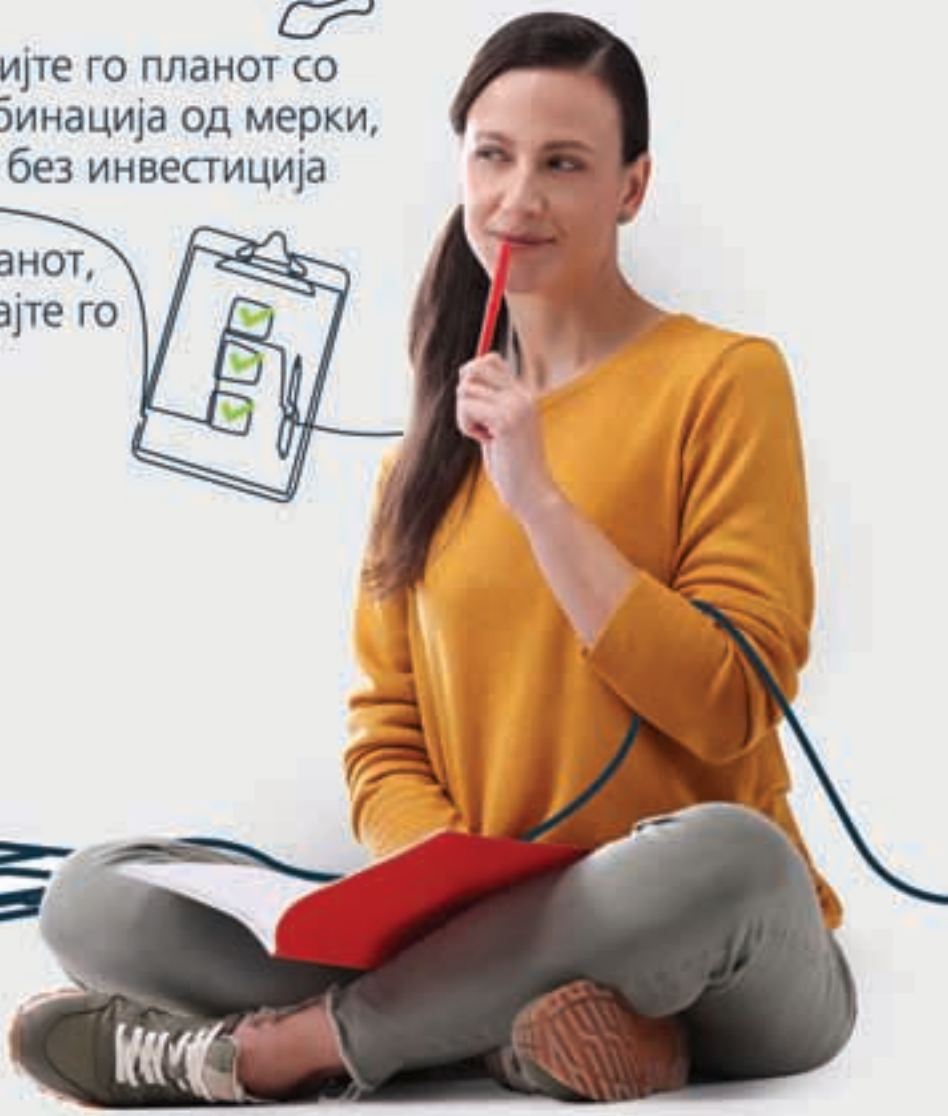
КАКО ДА НАПРАВИТЕ ПЛАН ЗА ЗАШТЕДА НА ЕЛЕКТРИЧНА ЕНЕРГИЈА?

1. Направете анализа на потрошувачката во домот

2. Дознајте кои уреди во домот трошат најмногу енергија

3. Развијте го планот со комбинација од мерки, со и без инвестиција

4. Спроведувајте го планот, по потреба коригирајте го и надградувајте го



ЕНЕРГИЈАТА *бреди*
треба да се
ШТЕДИ

EVN

Сè повеќе сме сведоци на сè поголемата вклученост на жените на лидерски позиции во македонската економија. Сведоци сме дека во секојдневниот живот се зголемува бројот на жени лидери, не само на светско ниво туку и во рамките на нашата држава. Во 2009 година ФУЛМ е основоположник на Global women leadership network (GWLN) кој во нашата земја делува преку Форумот на жени лидери. GWLN делува во 89 земји во светот како мрежа на жени лидери којашто има за цел на жените да им овозможи можност за личен, кариерен и општествен развој.

Во пресрет на 25-годишниот јубилеј дознајте кои се „тајните состојки“ во „рецептот“ за успех раскажан од жени лидери во Штедилница ФУЛМ.

Ели П.

- ✓ ***Бидете дел од тимот, во којшто „НИЕ“, е поважно од „ЈАС“.***
- ✓ ***Постојано учите и градите компетенции коишто се клучни за Вашата професија.***
- ✓ ***Споделувајќи знаење и позитивна енергија, си правите „простор“ за ново.***
- ✓ ***Бидете дел од меѓународниот систем за да имате навремен пристап до најсоодветните информации за Вашата професија.***
- ✓ ***Секој ден закажете состанок од 30 минути „Me, Myself & I“ и правете што Ве прави среќни.***
- ✓ ***Уживајте во секој момент со семејството и со домашните миленици, во природа или дома.***
- ✓ ***Патувајте и креирајте нови видици, вредни за паметење.***
- ✓ ***Посветете време за квалитетна исхрана и доволно физичка активност, но тоа да е секојдневно.***

Бонус состојка:
Не правете го тоа што не сакате да Ви го прават, но ако сепак Ви го направат, не очајувајте, балансот на добрина е неизбежен.

Јованка Т.

- ✓ ***Потребен е многу труд, работа и посветеност.***
- ✓ ***Рецептот е: работа и само работа!***
- ✓ ***Бидете добри во тоа што го работите.***
- ✓ ***Храбро соочете се со предизвиците.***

Габриела П.

- ✓ ***Инвестирајте во себе и во Вашето семејство.***
- ✓ ***Радувајте се на заедничките успеси!***
- ✓ ***Применувајте и споделувајте ги знаењата.***
- ✓ ***Бидете отворени и приспособливи кон промените.***

Соња К.

- ✓ ***Упорност, истрајност и одговорност во работата.***
- ✓ ***Тимски дух, континуирана обука и надоградување на личните вештини.***
- ✓ ***Слободно време посветено за семејството, градење нови пријателства.***

Од лево кон десно: Габриела, Марија, Јованка, Ели, Соња, Сијка, Сузана, Александра

Нашата институција ФУЛМ е пример како жените поставени на раководни позиции во Филијалите и во Централата, создаваат успешни приказни за подобар пристап до финансиски услуги на граѓаните во нашата земја.

Сијка Г.

- ✓ *Прочитајте добра книга или гледајте филм.*
- ✓ *Имајте добри намери кон другите и секогаш помагајте!*
- ✓ *Сакајте го тоа што го работите!*
- ✓ *Бидете љубезни и толерантни, исполнете си го животот со позитивни луѓе.*

Марија Ц.

- ✓ *Силна посветеност и ориентираност кон поставените задачи.*
- ✓ *Човекољубие и љубезност.*
- ✓ *Истакнете ја Вашата креативност!*
- ✓ *Секогаш дајте го најдоброто од себе!*
- ✓ *Позитивниот повратен ефект од луѓето кон Вас е најголема потврда за Вашата вредност!*

Штедилница ФУЛМ 25

Сузана Ќ.

- ✓ *Желба за нови знаења и прифаќање нови трендови.*
- ✓ *Позитивен пристап = Посреќни клиенти!*
- ✓ *Поддршката од колегите и семејството е најважна.*
- ✓ *Работата секогаш да Ви претставува задоволство.*

Александра Н.

- ✓ *Со истрајност и упорност се стигнува до зацртаната ЦЕЛ.*
- ✓ *Не е важно што работите, важно е да си ја сакате работата!*
- ✓ *Бидете прагматични при решавањето на проблемите.*
- ✓ *Советите од поискусните разберете ги како предност, а не како критика.*

„Благодарение на визионерскиот пристап на органите на управување за поттикнување во градењето на жени лидери е синоним за успехот на Штедилница ФУЛМ, повеќе од 25 години.“ изјави Претседателот, **г. Стево Андровиќ.**

ЕЛЕНА ЦАНЕВА И ЕЛЕНА СТОИЧКОВА

дел од топ менаџментот на
Атлантик Група во Македонија

АТЛАНТИК ГРУПА Е КОМПАНИЈА ВО КОЈА НА ЛУЃЕТО ИМ СЕ ДАВААТ ВИСТИНСКИ ЕДНАКВИ МОЖНОСТИ

Свесни дека во надворешното опкружување жените и понатаму се соочуваат со многу бариери, заеднички делуваме за позитивни промени и иницијативи кои ја промовираат родовата еднаквост. Атлантик Група е компанија каде жените имаат 55% од раководните позиции и 58% учество во развојните програми. Истовремено, демонстрираат и сè поголема амбициозност во пријавување на интерните огласи, каде 52% од интерните вработувања се жени.

На Атлантик Група не ѝ е потребна посебна најава, бидејќи домашните читатели лесно ќе ја препознаат како компанијата која стои зад некои од традиционално најомилените производи на овој регион, како што е кафето Гранд – мирисот и вкусот на Балканот, деликатесните намази Аргета, секогаш популарната Цедевита и слаткиот вкус на Штарк. Но, нас нè интересира другата страна, односно личниот впечаток за тоа како е да се работи за силна регионална и меѓународна компанија, да се биде дел од нејзиниот топ менаџмент, придонесувајќи за одржлив раст и развој, вклучително и политики за родова еднаквост. Разговаравме со Елена Цанева, бизнис партнер за човечки потенцијали и култура, одговорна за уште неколку пазари освен македонскиот, како и со Елена Стоичкова, Директор за клучни купувачи и бренд операции во Атлантик Група Македонија.

Како е да се работи за компанија со силно глобално влијание? Колку е предизвикувачки да се чекорат организационите скалила во Атлантик Група?

Елена Цанева: На почетокот на мојата кариера, како типичен претставник на генерацијата Y, она што ми беше најважно е да работам во компанија каде што ќе можам кариерно да напредувам, работата да ми биде толку разнолика што ниту еден ден нема да биде ист и во идеални услови да вклучува патувања и размена на интернационални искуства. Уште во првата недела во Атлантик Група ми беше јасно дека динамиката, атмосферата и односите помеѓу вработените совршено одговараат на мојот темперамент, а дванаесет години подоцна можам да кажам дека сето она што го имав иницијално замислено ми се оствари и тоа во рамките на една компанија.
Според моето лично искуство, предноста на Атлантик Група е во тоа што и покрај големината на системот кој опфаќа осум држави и над 5.000 вработени, секој кој има желба може да добие не само шанса туку и поддршка за амбициите кои ги има. До сега, освен во Македонија, имав можност да работам и во Русија, Германија, Хрватска, Словенија и Австрија и од денешен аспект, после многу години, можам да кажам дека разноликоста, знаењето и новите перспективи кои ги добив во Атлантик Група се незаменливо искуство кои освен нови предизвици, носат и возбуда за идниот развој и на лично и на професионално поле.

Елена Стоичкова: Од самиот почеток во Атлантик Група во центарот на мојот личен впечаток се луѓето. Иако пред повеќе од 10 години немав јасна претстава како ќе изгледа мојот кариерен пат, јасно ми беше дека сум дел од компанија каде можам постојано да го надградувам своето знаење, бидејќи сум опкружена со луѓе кои несебично споделуваат искуства, даваат поддршка и отворено комуницираат, што е клучно за совладување на предизвиците и за развој во секоја смисла на зборот. Кога ќе се навратам, од моите почетоци до сега, можностите за кариерен напредок го следеа темпото на моите амбиции, што е само еден од многуте примери за флексибилност и поврзување на можностите за вработените со организациските потреби. Денес како раководител на голем тим, она што ми е во фокус е постојаниот развој и напредок на членовите во тимот преку пристап прилагоден на нивните индивидуални потреби. Од друга страна, долгорочната соработка и комуникација со сите наши деловни партнери дополнително придонесуваат како за мој личен напредок, така и за колективното знаење во компанијата. Би ги истакнала и дигиталните компетенции кои се од критично значење за одржување на чекор со континуираната модернизација и автоматизација во компанијата.
Одговорноста е голема, а за мене уште поголемо е задоволството да се биде дел од организација која го поттикнува секој вработен да стане најдобрата верзија од себеси.

ЕЛЕНА ЦАНЕВА

бизнис партнер за човечки потенцијали и култура

Нашиот корпоративен слоган е "Создаваме вкусови што ги сакате" и тоа го пренесуваме и во креирањето на различни иницијативи кои ги поддржуваат вработените во целокупниот кариерен пат нудејќи им различни "вкусови" прилагодени на нивните потреби. Еден од овие вкусови е вкусот на благосостојба кој овозможува преку здраво тело, отворен ум и авантуристички дух да се постигне здраво и балансирано секојдневие и иста таква кариера.

▶ Со оглед на вашата позиција, лесно е да се претпостави дека редовно ги следите трендовите не само во вашата индустрија, туку и пошироко. Кои политики ги спроведува компанијата што ја прават да се истакне помеѓу останатите на пазарот на труд?

Елена Цанева: Невозможно е да се креира успешна стратегија во чија основа не се луѓето и тоа е главен предуслов за раст и остварување на нашите стратешки цели. Нашиот корпоративен слоган е "Создаваме вкусови што ги сакате" и тоа го пренесуваме и во креирањето на различни иницијативи кои ги поддржуваат вработените во целокупниот кариерен пат нудејќи им различни "вкусови" прилагодени на нивните потреби. Еден од овие вкусови е вкусот на благосостојба кој овозможува преку здраво тело, отворен ум и авантуристички дух да се постигне здраво и балансирано секојдневие и иста таква кариера. Бесплатни систематски прегледи, бројни спортски активности, можности за дополнително усовршување, подолг годишен одмор, поддршка во тешки животни ситуации се само дел од бенефитите преку кои вработените можат полесно да го пронајдат својот "зен". Од друга страна, преку вкусот на исклучителност се трудиме да го задоволиме сечиј апетит за кариерен развој, хоризонтално или вертикално, преку различни можности за промена на позиции, брендови, дури и држави. Го славиме секое достигнување преку различни тимски и индивидуални признанија и награди, програмата за Flex Benefits, стимулации, стратешки, иновативни и акционерски можности, божиќни бонуси и подароци. Една од овие иницијативи е и проектот Атлантик Банка која во 2022 година ја доби наградата за најдобра HR практика по избор на Македонската асоцијација на човечки ресурси (МАЧР) и MojPos-ao. Настојуваме да бидеме тука за нашите луѓе и нивните најблиски во секој момент од животот, кога им треба наша поддршка или кога бараат инспирација да направат нешто ново или подобро за себе.

▶ Секоја година сведочиме нови трендови и нови активности кои HR тимовите ги применуваат во нивните организации. Некогаш се работи за нови начини на работа, некогаш за подобрувања на постоечките, но секогаш со цел да се подобри работното искуство или пак продуктивноста на компанијата. Какви промени очекувате во Атлантик Група во текот на 2024 година?

Елена Цанева: Она што сметам дека е предност на Атлантик Група, е што е присутна во осум држави, секоја во посебен развоен циклус што нуди уникатна можност покрај следењето на трендовите на глобално ниво, забрзано да ги спроведува под влијание на поразвиените држави каде истите порано се појавуваат. Еден од најголемите трендови во моментот е влијанието на технологијата која поставува нови амбиции во нашиот сектор. Она што нè очекува во 2024 е несомнено имплементација на нови и надградување на постоечките решенија во цела компанија, што во нашиот сектор ќе значи преобликување на работните позиции кои ќе ги следат овие технологии, дефинирање на нов сет компетенции и креирање програми за re-skilling на вработените.
Дигиталната агенда несомнено ќе предизвика промена на целокупниот изглед на позициите и процесите кои денес ни се познати, што е до некаде потребно со оглед на тоа што денес имаме пет различни генерации во рамките на една компанија, секоја со свои карактеристики. Од друга страна, пазарот на труд е многу поотворен така што предизвикот за 2024 не е само како да привлечеме кандидати во земјата каде што работиме, туку дали може да бидеме атрактивни и во поширока смисла на зборот.

ЕЛЕНА СТОИЧКОВА

Директор за клучни купувачи и бренд операции

Различностите не само што се потребни, туку се и клучни за еден силен и продуктивен тим. Заеднички се меѓусебната почит, поддршката, насочената кон остварување на индивидуалните и тимски цели, како и отворената комуникација. Во овој контекст, негуваме атмосфера каде се поттикнува размена на повратни информации што ни служи како основа за детектирање и развивање на индивидуалните, но и тимските силни страни и области за понатамошен развој преку различни програми.

Работите во поголем и мешан тим од мажи и жени на различна возраст и со различни интереси, а сепак – продуктивноста и организираноста е она што ве истакнува. Како е да се работи со ваков тим? Кои се најголемите секојдневни предизвици со кои се соочувате?

Елена Стоичкова: Различностите не само што се потребни, туку се и клучни за еден силен и продуктивен тим. Заеднички се меѓусебната почит, поддршката, насочената кон остварување на индивидуалните и тимски цели, како и отворената комуникација. Во овој контекст, негуваме атмосфера каде се поттикнува размена на повратни информации што ни служи како основа за детектирање и развивање на индивидуалните, но и тимските силни страни и области за понатамошен развој преку различни програми. Една од нив е интерната академија TrAAG, која нуди сет едукации преку кои се надградуваат hard и soft вештините и се развиваат конкретни компетенции потребни за секоја позиција. Постојат и иницијативи за подобрување на квалитетот на живот преку кои активно се развива свесноста за значењето на балансот помеѓу професионалниот и приватниот живот, со оглед на тоа што индустријата во која работиме е изразено динамична, а тоа носи предизвици во секојдневното работење. Успешно ги надминуваме со добра организација, јасно поставени приоритети, меѓусекторска соработка и поддршка од сите нивоа на раководство во компанијата. Честопати се покажало дека моменталниот предизвик во себе крие можност за идни позитивни промени, и затоа се трудиме да во предизвиците не гледаме препреки, туку да препознаваме прилики.

За долгорочен успех и одржлив развој освен можности, неопходни се и самоиницијативност, храброст и грешки од кои се учи. Се гордеам со постигнувањата на мојот тим, кој во целата својата разновидност ја споделува и заедничката карактеристика на страст кон работата, што е клучна состојка за лично задоволство и исклучителни резултати кои постојано се стремиме да ги надминуваме.

Вие сте уште еден пример на успешна жена во бизнис светот, во компанија каде значаен дел од одделите се раководени токму од жени. Какви практики применува компанијата за да го поддржи женското лидерство и какво е вашето искуство со нив? Постои ли некоја иницијатива која би ја издвоиле како најпродуктивна?

Елена Стоичкова: Атлантик Група е компанија во која се цени квалитетот, посветеноста и желбата за работа, а на луѓето им се даваат вистински еднакви шанси. Тоа е позитивна практика во работењето на компанијата, преку која соодветно се истакнуваат и достигнувањата на жените. Свесни дека во надворешното опкружување жените и понатаму се соочуваат со многу бариери, заеднички делуваме за позитивни промени и иницијативи кои ја промовираат родовата еднаквост. Атлантик Група е компанија каде жените имаат 55% од раководните позиции и 58% учество во развојните програми. Истовремено, демонстрираат и сè поголема амбициозност во пријавување на интерните огласи, каде 52% од интерните вработувања се жени. Овие податоци доволно јасно ја опишуваат нашата организација и нејзините политики и цели за развој на автентично лидерство, каде се негува разноликост и се мотивира градење на лидери кои освен со врвна професионалност, се одликуваат и со грижа за развојот и благосостојбата на членовите во своите тимови.

КОГА ШЕФОТ Е ОД ПОНЕЖНИОТ ПОЛ

ПЕТ НАЧИНИ КАКО ВРАБОТЕНИТЕ МОЖЕ ДА ПРОЦУТАТ ПОД ЖЕНСКО ЛИДЕРСТВО

Жените шефови знаат повеќе да се внесат во работата и да го мотивираат својот тим, подобро се грижат за развојот на вработените и знаат почесто да ги пофалат, за разлика од мажите. Прочитајте зошто е подобро да имате жена за раководител.

На прашањето дали повеќе би сакале да работат за маж или за жена, мнозинството Американци сепак избираат машки шеф, според Галуп.

„Како жена шеф, посакувам ова да не е вистина, но еве што ми дава надеж: Многу луѓе веројатно никогаш не работеле со жена шеф (додека 51,5% од менаџерските, професионалните и сродните позиции се жени, само 5,8% на позициите на извршни директори во компаниите S&P 500 се жени). Верувам дека вработените можат да напредуваат под водство на жена шеф како што јас напредував, а истражувањата го потврдуваат токму ова“, вели за Forbes Кристина Балдасаре, сопственик на маркетинг агенцијата Zebra Advertisement.

Нејзиното искуство вели, а пред основањето на сопствена компанија се погодило баш сите претпоставени да ѝ бидат жени, дека жените шефови можат да бидат поангажирани и подобро да го поттикнат развојот на вработените. Според искуството и нејзината агенција, одржувањето отворена комуникација со моите вработени поттикнало позитивни односи и им помогнало во нивната кариера и личен развој.

Подолу се дадени пет причини што ги наведува Балдасаре поради кои вработените можат подобро да напредуваат предводени од женските лидери.

1. Жените шефови почесто даваат пофалби. Жените менаџери имаат 1,17 пати поголема веројатност да ги пофалат своите вработени барем еднаш неделно. Вработените со жени шефови изјавиле дека добиле признание или пофалби за добро завршената работа. Докажано е дека пофалбите на работното место доведуваат до подобрување на моралот и до подобри односи меѓу клиентот и бизнисот. Жените имаат тенденција да бидат комуникатори, а честите коментари гарантираат дека врската вработен-менаџер е отворена и пристапна за двете страни.

Најлесниот начин за прифаќање безготовински плаќања

Претвори го твојот смартфон во **POS терминал**

NLB
Smart POS

NLB Banka

2. Жените шефови создаваат повеќе работни места за жените. Кај менаџерките, повеќе новосоздадени работни места најпрво се пополнуваат од жени. Процентот на жени на работа во САД се зголемил на 73,5 милиони, или 47% од работната сила, од 29% во 1945 година, според Бирото за статистика на трудот. Веројатно, жените вклучени работната сила промовираат повеќе можности за жените и малцинствата во споредба со нивните машки колеги. Не беше толку одамна кога многу малку жени беа вклучени во работната сила, така што жените на која било позиција (менаџерска, извршна или друга), сè уште прават преседан денес. Според едно истражување за родовата разновидност во менаџментот, „присуството на жени на корпоративни лидерски позиции може да ги подобри перформансите на фирмата“. Ова сознание ја нагласува важноста од создавање расадник на жени менаџери во компаниите, а не само од хок да се доведуваат жени на врвни позиции Жените како Шерил Сандберг, поранешната оперативна директорка на Facebook, сега Meta Platforms и Мариса Мајер, поранешна директорка во Google и Yahoo, во лидерски улоги се толку значајна работа затоа што направија преседан. Благодарение на нивниот успех и на другите жени директорки, ќе стане сосема секојдневно да се гледаат жени како заземаат позиции на највисоко ниво во политиката, технолошката индустрија и други области во кои историски доминираат мажи.

„Кога за прв пат ја започнав Zebra Advertisement со мојот сопруг, луѓето претпоставуваа дека јас сум таа што се бави со секретарската работа. Никогаш не прашаа која е мојата улога; треба да направиме преседан за да биде нормално жените да имаат било каква позиција што ќе ја изберат“.

3. Жените шефови се повеќе внесени во тоа што го работат. Според Business Insider, женските лидери се поангажирани од мажите. Извештајот на Галуп покажува дека под водство на жени менаџери, 35% од вработените жени се ангажирани и 29% од мажите се ангажирани, додека кај менаџерите мажи, 31% од вработените жени се ангажирани и 25% од вработените мажи.

Секој сака да биде дел од деловниот процес и тесно поврзан тим кој влече во иста насока ќе победи голем тим без групен идентитет. Типично, колку поголем ангажман има од менаџерската страна, толку подобро тимот работи заедно. Ова го прави тимот да чувствува дека е важно тоа што го прават, и не само за компанијата, туку и за менаџерот лично. Особено сега кога милениумците кои се постојано во потрага по некои цели се искачија на скалилата во кариерата низ индустриите, правењето нешто што е важно е клучен дел од речиси секоја работа. „Лично, делам канцеларија со моите вработени. Често разговараме и се прашуваме за настани надвор од нашата работа, што ни помага да останеме поврзани и ангажирани еден со друг.“, вели сопственичката на Zebra Advertisement.

4. Жените шефови го поттикнуваат напредокот на вработените. Професионалците кои работат за жена шеф имаат 1,29 пати поголема веројатност да разговараат за нивниот напредок најмалку двапати годишно. Иако прегледите на перформансите се вообичаена практика кај повеќето бизниси, жените менаџери одат подалеку од самото оценување колку добро се извршени задачите. Тие разговараат за тоа како соодветниот вработен учи и што повеќе може да се направи и вработениот и менаџерот да ги постигнат целите на бизнисот. Иако не можете буквално да го контролирате или обезбедите напредокот на вработените, може да ангажирате луѓе за кои верувате дека се способни да напредуваат со брзината што ви треба.

5. Жените шефови го поттикнуваат развојот на вработените. Додека машките менаџери се фокусираат на завршување на работата, жените шефови активно го поттикнуваат и развојот на вработените. Вработените кои имаат жена шеф имаат 1,26 пати поголема веројатност да бидат охрабрени да се развиваат отколку во тимовите со машки шеф, според извештајот на Галуп. Тоа не значи дека почесто ги унапредуваат вработените; тоа укажува дека женските лидери се грижат за личниот и кариерен развој на своите вработени. Дел од нивната работа е да обезбедат идни лидерски улоги во рамки на нивните тимови. Женските лидери природно инвестираат повеќе време во напредокот на нивните вработени и имаат тенденција да го сфаќаат напредокот на вработените повеќе лично, но на позитивни начини. ■■■

Поддржано од

European Bank for Reconstruction and Development

LUXEMBOURG LET'S MAKE IT HAPPEN

Sweden Sverige

CEI

Во УНИБанка ќе сретнете жени кои се на одговорни позиции, кои се почитувани во својата работна околина и влијателни пошироко во заедницата.

КАТИЦА КУЗМАНОСКА

Одговорен директор за бизнис развој во УНИБанка АД Скопје

КЛИЕНТИТЕ ЈА ПРЕПОЗНАВААТ УНИБАНКА КАКО ПАРТНЕР ОД ДОВЕРБА!

Унапредување на банкарските производи и услуги со цел постигнување врвно корисничко искуство и воведување иновации во работењето е основа на што се базира развојната стратегија на УНИБанка АД Скопје. Оптимизирајќи ги работните процеси, оваа дигитално напредна банка меѓу првите го започна процесот на дигитализација и во континуитет го развива мобилното банкарство. Неодамна квалитативно ја надгради и својата веб страница, збогатувајќи ја со бројни едукативни содржини, правејќи ја функционален и корисен сервис за клиентите.
Го следи пулсот на бизнис заедницата, воведувајќи атрактивни каматни стапки, со кои ги поттикнува деловните субјекти да го унапредат својот бизнис и да реализираат инвестиции. Со сите свои активности слободно можеме да кажеме дека УНИБанка дава значаен придонес кон развојот на локалната економија, поддршка на бизнисите и креирање на нови работни места.
Сигурна и стабилна, со силен растечки тренд во сите сегменти од работењето, не е случајно што минатата година акциите на УНИБанка АД Скопје беа прогласени за најпосакувани акции во земјава, а Банката доби две награди, за акција со најголем промет и најголем раст на цената. Имаме голема доверба од акционерите инвеститори, но и од штедачите и деловните субјекти, што резултираше 2023та година да биде една од најуспешните години за Банката, од самиот почеток на нејзиното работење до сега.
Сето ова е резултат на добрата стратегија за развој на Банката, како и одличниот тим, составен од врвни професионалци и експерти кои имаат јасна визија и напорно работат за да ја остварат целта. Катица Кузманоска е дел од менаџерскиот тим на УНИБанка АД Скопје, Одговорен директор за бизнис развој, жена лидер, храбра личност која несебично го вложува целиот свој потенцијал и енергија за Банката да одговори на сите модерни предизвици.

▶ Кредитните продукти на Банката во континуитет се подобруваат, а ги карактеризираат и атрактивни каматни стапки. Какви други поволности се овозможени?

Каматите се навистина поволни, а паралелно овозможуваме и бројни други поволности. Фокусирани сме подеднакво како на физичките, така и на правните лица. Така на пример, сите кои онлајн ќе аплицираат за потрошувачки кредит, истиот може да го добијат без трошоци за аплицирање и без жиранти, а притоа да добијат и бонус од 1000 денари. Каматната стапка е фиксна од 5,3% за првите две години, и 7,3% за останатиот период, доколку е со вклучена полиса за ризико осигурување на живот. Истовремено сите кои ќе аплицираат за потрошувачкиот кредит од УНИБанка добиваат можност за бесплатно користење услуга мобилно банкарство.
Секогаш се стремиме да понудиме нешто дополнително и корисно за клиентите.
Би ги навела и супер брзите бизнис кредити, кои се со супер атрактивни каматни стапки од само 4.90%. Овозможуваме кредит до 100.000 евра, со рок на отплата до 10 години, со хипотека и без трошоци за одобрување до 31.03.2024 г. Истите се со флексибилна намена и можност кредитот да биде искористен за инвестиции и за обртни средства.
И во иднина продолжуваме да креираме кредитни производи прилагодени на потребите и барањата на клиентите.

▶ „Мој Буџет“ е најнова функционалност на мобилното банкарство од УНИБанка АД Скопје. Кои се бенефитите?

Времето е скапоцено, и да се има апликација која е сигурен придружник и преку неа лесно да може да се управува со финансиите без вложување на дополнителен напор е навистина големо олеснување. Со алатката “Мој Буџет” се добива еден вид на личен советник, консултант, кој работи во функција на личните интереси. Преку апликацијата може онлајн да се следи и планира трошењето на сопствените средства, едноставна е за користење и многу функционална. Потребно е само да се креира месечен буџет со поделба на трошоците по различни категории (храна, шопинг, режиски трошоци, спортски активности), да си поставиме цели за штедење и потоа го следиме трошењето по категории, со можност за графички приказ.
На крај добиваме нотификација колку ни е преостанатиот вкупен буџет, но и буџетот по различни категории. Достапен е и неделен извештај за трошоците, како и инфо колку процентуално од буџетот сме потрошиле. Навистина корисна алатка која ја препорачувам за сите.

Се грижиме за клиентите, но и за нашите вработени и нивните семејства. Иницираме проекти со кои поттикнуваме нивен личен развој, но и лична и професионална исполнетост. Секако, не изостанува и нашата поддршка за локалната заедница, дел сме од неа и секогаш помагаме во рамките на нашите можности. Поддржуваме бројни проекти во спортот, културата, иницијативи кои сметаме дека се општествено корисни.

▶ Имате и продукт “Сметка за млади”. Зошто е добро младите од рана возраст да имаат своја банкарска сметка?

Имањето банкарска сметка ја гради самодовербата и финансиската независност на младите во управувањето со сопствените финансии.
Со нивно побрзо воведување во банкарскиот и финансискиот менаџмент преку охрабрување да имаат свои банкарски сметки влијаеме на нивното созревање, на самостојноста, на нивното градење како личности. Токму затоа како Банка воведовме продукт “Сметка за млади”, кој ќе им помогне на младите на едноставен, модерен и целосно дигитализиран начин да го разберат функционирањето на финансискиот свет. Со поседување банкарска сметка младиот човек се учи на одговорност и има можност да ги следи трошоците. Банкарската сметка ја поттикнува и нивната навика за штедење. Без разлика дали тоа е заштеда за патување, фонд за факултет или едноставно за некаков предизвик, младите луѓе ја учат важноста на поставување финансиски цели и планирање за иднината.
Овој ран вовед во штедењето влева чувство на дисциплина и предвидливост, кои се од суштинско значење за идно успешно финансиско планирање. Имањето банкарска сметка е нешто што ќе обликува одговорни, мотивирани и независни личности. Тоа познавање ќе им помогне за

Во УНИБанка се цени духот на заедништво, појалноста и еднаквоста, а бројот на вработени постојано расте. Од вкупниот број на вработени 75% се жени, а поголемиот дел од вработените се дел од Банката повеќе години. Секоја индивидуа се цени според квалитетот и способноста, независно од полот, возраста или националноста. Сите имаат еднакви шанси за работа, напредок и градење на својата кариера. Родовата еднаквост е симбол за правичност, хуманост и висока демократска вредност, нешто за што ние во УНИБанка посебно се залагаме. Во УНИБанка ќе сретнете жени кои се на одговорни позиции, кои се почитувани во својата потесна работна околина, влијателни и пошироко во заедницата, на што сме посебно горди. Веруваме дека со подобрување на родовата еднаквост и намалување на родовата дискриминација не се постигнува само правичност, туку и економски раст, поголема конкурентност и зголемена продуктивност во едно општество.

нивниот личен и професионален развој. Бенефитите се бројни, а УНИБанка ќе биде секогаш тука за нив!

Граѓаните имаат доверба во УНИБанка и сè повеќе се одлучуваат своите слободни финансиски средства да ги вложат токму во оваа банка. Што е причината?

Имаме продукти со конкурентни фиксни каматни стапки, кои на клиентите им даваат сигурен принос во договорниот период, а воедно и можност за неограничено дополнително вложување на средства на постоечкиот депозит. Позитивниот имиџ кој УНИБанка го ужива во земјава, а и самиот факт дека депозитите се осигурени во Фондот за осигурување на депозити, како и атрактивноста на нашите каматни стапки кои се меѓу највисоките во земјава и стигаат до 3,9%, ни дава уверување дека депозитите во нашата Банка и понатаму ќе растат.
УНИБанка е сигурна и стабилна Банка, така што ги охрабрувам клиентите токму овде да ги вложуваат своите слободни средства.

УНИБанка во 2023 има резултати за почит, постигнати во голема конкуренција во сегментот на средни банки на македонскиот банкарски пазар. Што да очекуваме во 2024?

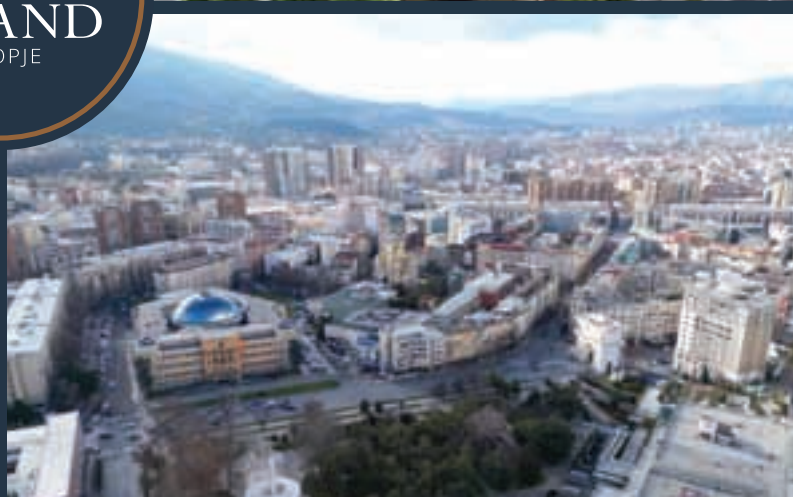
Очекуваме позитивниот тренд да продолжи, а Банката да го зголеми и своето пазарно учество. Дигитализацијата и иновативноста на продуктите и понатаму ќе бидат наша стратешка определба, додека одржливиот развој, грижата за вработените и придонесот во заедницата наш најголем фокус.

ДАЛИ СТЕ ПОДГОТВЕНИ ЗНАЧИТЕЛНО ДА ГО ПОДОБРИТЕ ВАШИОТ ЖИВОТЕН СТИЛ?

Доколку сакате вашата иднина да ја градите на најдобрата локација во Скопје и сте во потрага по современ простор, со впечатлива архитектура, уникатен дизајн и максимална функционалност, ние го имаме вистинскиот избор за вас – комплексот „Гранд Скопје“.

Искористете ја единствената можност и побарајте персонализирана понуда во продажниот салон на комплексот „Гранд Скопје“ во ГТЦ на 1 кат или контактирајте го тимот задолжен за продажба на телефонските броеви: 070 355 351 и 070 233 055, како и на e-mail: info@grandskopje.mk.

GRAND
SKOPJE



ПЛАТАТА НЕ Е ПОВЕЌЕ ПРЕСУДНА

ЗА УСПЕШЕН БИЗНИС МОРА ДА СЕ ВЛОЖУВА ВО РАЗВОЈ НА ВЕШТИНИ БУКВАЛНО НА СИТЕ ВРАБОТЕНИ

Заврши трендот на брзо менување на работните места, според искуството на посредниците за вработување. Работниците сега бараат компанија која ќе инвестира во нивното знаење и развој на вештини и ќе има јасен план за развој и унапредување. И тоа не го очекуваат само менаџерите.

Повеќето работодавци жалат за некои минати времиња кога не се прашувало колку ќе трае работната недела, дали ќе работиме од дома или во канцеларија, дали на нашите работници сме им дале доволно слободно време за да не дадат отказ и како воопшто ќе ги најдеме овие работници. Се чини дека за само неколку години трендовите се свртеа. Ова делумно се должи на пандемијата, делумно на економскиот раст кој не беше проследен со соодветна кадровска слика, а делумно едноставно поради смена на генерациите што донесе свои правила на пазарот на трудот.

Препораките за тоа како да се најдат и задржат талентите, ако се прашаат агенциите за вработување, во овие тешки времиња и за работодавците и за вработените зависат од многу фактори, но едно е заедничко: не постои едно решение за сите и важно е да се прилагодат на промените.

„Работата од дома има предности, но и предизвици бидејќи не е за секого. Потребна е способност за организирање време, поставување приоритети, самодисциплина и мотивација за секојдневните задачи и простор за работа.

Во исто време, се губи помалку време во сообраќајот, а утрата често се помалку стресни и можете да поминувате повеќе време со вашето семејство или во приватни активности. Но, работата од дома често значи дека работниците всушност работат подолго и повеќе отколку кога се во канцеларија, тие се повеќе

отуѓени од своите колеги и со текот на времето може да останат без мотивација и поврзаност со организацијата и многу често може да чувствуваат дека тие имаат помалку можности за развој и унапредување. Некои работници сакаат да работат во канцеларија затоа што се поконцентрирани, подобро го раздвојуваат деловното од приватно време, побрзо ги решаваат проблемите доколку колегите се во канцеларија или забележале дека не се толку продуктивни дома. Работата во канцеларија помага за чувството на припадност, видливоста во организацијата, овозможува подобра и подобра размена на информации и учење меѓу колегите бидејќи многу може да се научи во неформалната комуникација и соработка“, објаснува шефот на платформата Posao.hr Инес Бокан за хрватски Лидер.

Неодамнешните истражувања покажуваат дека повеќето работници претпочитаат хибридна работа, можност за договор за работа од дома или работа во канцеларија. Флексибилноста на условите е еден од факторите кои најмногу ќе ги разликуваат работодавците кои ќе привлечат таленти во иднина.

Вештачката интелигенција е посебен предизвик

Агенцијата Adecco ги следи трендовите на пазарот на труд на глобално ниво, но и локално во Хрватска. Трендовите не се разликуваат, а нивната главна карактеристика е што се менуваат побрзо отколку во изминатата деценија и побрзо по 2020 година, која беше одбележана со карантин и новиот начин на работа. Работата од дома стана стандард во многу индустрии и работодавците целосно се прилагодија на овој тренд, потсетува директорката на Adecco, Николина Радиќ. Како еден од трендовите посочува дека се поважно е да се инвестира во вработените.

„Трендот на брзо менување на работните места заврши и денеска работниците бараат компанија која ќе инвестира во нивното знаење и развој на вештини и ќе има јасен план за развој и унапредување. Дури 56 отсто од работниците сметаат дека нивното знаење и вештини се предност што лесно можат да ги применат на друго работно место, кај друг работодавач, а во тоа најмногу се уверени работниците од техничкиот и финансискиот сектор. Забележавме дека работодавачите инвестираат во развој на менаџерски вештини (74 проценти), но не толку за неменаџерски позиции (45 проценти). Пораката е дека за успешен бизнис мора да се инвестира во развојот на вештините на сите вработени“, вели Радиќ.

Инес Бокан забележува дека новите генерации појасно и поотворено ги изразуваат своите очекувања, што придонесува за бенефит на сите.

„Треба да се има предвид дека младите генерации треба многу да учат и да стекнуваат искуство, а постарите можат да придонесат за стратегијата, развојот и пренесувањето на знаењето, кое и денес се покажува како клучно и актуелно и покрај сè побрзиот развој на техниката и технологијата. Ако работниците очекуваат нешто од работодавачот, тоа значи дека и работодавачот очекува нешто од нив. Сите инволвирани страни и генерации мора да бидат високо приспособливи за да се направи работата во таква средина пријатна и попродуктивна. Менторството во организацијата или надвор од неа може да биде одлично решение за пренесување знаење и искуство“, вели Бокан.

Вештачката интелигенција е посебен предизвик. Според истражувањето на групацијата Adecco, две третини од работниците веруваат дека влијанието на вештачката интелигенција врз нивните работни места ќе биде позитивно, а само седум отсто мислат дека тоа ќе предизвика губење на работата.

„Работодавците треба да го разгледаат влијанието на вештачката интелигенција врз нивниот бизнис, да направат проценка за подобро да го разберат нејзиниот потенцијал и да разберат како таа влијае на секојдневните операции. Раководството на компаниите мора да ги препознае и воведе потребните промени, да мапира нови позиции, односно работни места и да ги едуцира вработените што е можно поскоро. Многу работници сами истражуваат како да користат вештачка интелигенција на работа, без обука и јасни упатства од работодавците. Работодавците треба да бидат свесни дека вештачката интелигенција не е подеднакво достапна за сите нивни работници и треба да идентификуваат каде има празнини во пристапот и упатствата за употреба. При планирањето на вработувањето и развојот на работната сила мора да се има предвид правичноста и инклузивноста“, вели Радиќ.

Расте влијанието на меките вештини, лидерството, емпатијата и емоционалната интелигенција

Во исто време, расте влијанието на меките вештини, лидерството, емпатијата и емоционалната интелигенција. Со цел да се искористи оваа промена, работодавачите треба да обезбедат обука и развој на лидерството.

И на порталот MojPosao посочуваат дека работодавачите треба длабоко да размислат за прилагодување на нивните практики и политики со цел подобро да се усогласат со променливите потреби на современите работници.

„Ова може да подразбира обезбедување поддршка за дигитална работа како што се алатки за виртуелна соработка, безбедна мрежна инфраструктура и пристап до образовни ресурси за понатамошна обука, особено земајќи ја предвид сè поизразената желба на вработените за професионален развој и збогатување на знаењето и стекнување нови корисни вештини преку посета на курсеви или одење на професионални конференции. Флексибилното работење бара и рамнотежа помеѓу продуктивноста и благосостојбата на вработените. Работодавците треба да бидат чувствителни на потребите на работниците за јасни граници помеѓу работата и приватниот живот и да негуваат култура која го цени менталното здравје и рамнотежата помеѓу овие две сфери на животот. Промовирањето на инклузивноста и различноста во организацијата е од клучно значење за успехот на тимовите во таа средина. Имено, со доаѓањето на генерацијата Z во работната средина во сè повеќе компании, секојдневно на работа доаѓаат членови од дури четири генерации, секој од нив со свои потреби, желби и погледи на светот на работата“, велат од MojPosao.

Како да најдете менаџери

Кога станува збор за ангажирање менаџери, вели Инес Бокан, работодавците не секогаш имаат знаење и искуство да ги најдат.

„Со ангажирање на агенции за овој процес, компаниите заштедуваат време бидејќи пребарувањето и изборот им го препуштаат на професионалците. На крајот, работодавачот ќе донесе конечна одлука врз основа на сите собрани информации. Ваквата соработка бара транспарентност во комуникацијата, отвореност на компанијата за постапката и доверба во исходот. Тие често се агенции и консултанти бидејќи работодавачите не се сигурни што им треба или не ја знаат состојбата на пазарот на трудот, па имаат нереални очекувања“, посочува таа.

Николина Радиќ објаснува дека работодавците во Adecco ја користат услугата за посредување при вработување за сите категории на работни места, од водечки до најниски влезни позиции.

„Денес, кога во Хрватска има сè помалку невработени, не е доволно да се објави оглас и да се чекаат заинтересираните кандидати да се пријават. Кандидатите кои ги сакаат работодавците се веќе некаде вработени и веројатно не бараат друга работа, па затоа е потребно директно да се контактираат и да се заинтересираат за понудената позиција. Во потрагата по менаџерски кадри, работодавците ја користат услугата за проценка на кандидатите, без разлика дали се работи за психолошки тестови или центри за оценување на компетентност, бидејќи сакаат да ги вработат оние кои најдобро ќе се вклопат во нивниот тим и ќе учествуваат во сè почестите промени. Повеќето работодавци имаат развиен систем за наследување, за да можат да ги унапредат своите колеги кога ќе дојде време. Во тој случај не бараат некој надвор од нивната компанија да им се придружи. Тој систем е најдобар“, објаснува Радиќ.

Sorry
PRALINE FIG&
Sorry
PRALINE PISTA CHIO &
негувај ги обичаите,
но да направиме и нови!
однеси Sorry
за Прочка
VITAMINKA
vitaminka.company

Božinovski Скопје - Плоштад Македонија, CityMall, East Gate Mall | Битола - Широк Сокак | www.bozinovski.com.mk