Broj 27 - Mart 2012.
ISSN 2217 - 4486 (Online)

KARIJERA

POSLOVI.RS

MEĐULJUDSKI ODNOSI

Tema broja

Prijateljstvo na poslu
DA ili NE?

CAREER DAYS

Za uspeh je potreban dobar odnos sa drugim ljudima

Poslodavac meseca
otpbanka

NEVEROVATNA PONUDA

Poslovna Žena

SVA TRI PRETHODNA IZDANJA SADA

~~750 din~~

samo 550 din







ili samo JEDNO *izdanje po ceni od* **200** *din*

~~250 din~~

Ne može se kombinovati sa drugim popustima, vaučerima i specijalnim ponudama. Ponuda važi do 31.03.2012. godine. U cenu nisu uključeni troškovi poštarine. Za više informacija možete nas kontaktirati putem telefona 011/398-7871 ili na email marketing@poslovnazena.com.

Pozovite **011/398-7871** opcija 2 ili posetite

www.poslovnazena.com

Poslovna Žena®

BUSINESS MAGAZINE



Ekskluzivno u Srbiji

Drugačija od svih

KLIKNITE NA LIKE
I PRIDRUŽITE SE
NAŠEM FAN KLUBU!

Prvi saznajte:

- kako će izgledati novi broj časopisa
- najnovije teme, vesti
- ... i još puno zanim-ljivosti iz sveta biznisa, IT, mode, lepote, zdravlja,...

Poslovna Žena

BUSINESS MAGAZINE

www.facebook.com/poslovnazena

IMPRESSUM

Izdavač
Business Press d.o.o.
Kralja Vladimira 51/2
11010 Beograd
Srbija

Tel/Fax: +381 398 7871
Email: karijera@poslovi.rs
URL: www.poslovi.rs/karijera

Glavni urednik
Jelena Gajić

Marketing
Snežana Čpajak

Saradnici
Jasmina Lazić
Milica Nastasić

Foto
Fotolia.com

Broj: 27
Godina: 2012.

ISSN: 2217-4486 (online)
Registarski broj: 60498
Zavod za intelektualnu
svojinu Republike Srbije



Magazin Karijera je besplatan i može se slobodno preuzimati u PDF formatu.
Magazin Karijera se može štampati i koristiti u obrazovne svrhe.
Komercijalna upotreba bilo kog dela magazina Karijera nije dozvoljena.

SADRŽAJ

6 TEMA BROJA

Međuljudski odnosi..... *6*

Za uspeh je potreban dobar odnos sa drugim ljudima..... *10*

Budite timski igrač..... *14*

8 ISTRAŽIVANJE

Prijateljstvo na poslu..... *8*

18 ŠTA ZNAČI BITI

Marketing menadžer..... *18*

U praksi - Ivana Pećić, marketing menadžer u Dexy Co..... *20*

23 POSLODAVAC MESECA

OTP banka a.d. Novi Sad..... *24*

26 POSLODAVCI

Formirajte uspešan tim..... *26*

28 AKTUELNO

Program sticanja praktičnih znanja..... *28*

30 PREPORUČUJEMO

Career Days - Sajam edukacija, praksi i poslova..... *30*

Global Supplementary Grant Program - Dopunske stipendije..... *32*

Marketing Focus..... *33*

34 ZANIMLJIVOSTI

Nepušačka zona..... *34*

35 IZ UGLA ZAKONA

Zabrana pušenja..... *35*

MEĐULJUDSKI ODNOSI

Koliko su bitni odnosi sa kolegama?

Osobe sa kojima radite na poslu su oni sa kojima i provodite najviše vremena u životu. Oni sa vama dele i proživljavaju mnoge važne trenutke i zbog toga je veoma bitno da se dobro slažete sa njima.

To u kakvim ste odnosima sa svojim kolegama može uticati na vas i vaš posao i više nego što mislite ili ste toga svesni. S jedne strane, zaposleni su spremni dosta toga da podnesu na poslu, ukoliko su deo dobrog tima i slažu se sa svojim saradnicima. Tako često možete čuti nekog da kaže „posao i plata mi nisu baš najbolji, ali je ekipa na poslu sjajna, super se slažemo i



pravimo odličnu atmosferu“.

Sa druge strane, ako se ne slažete sa svojim saradnicima i trpite lošu atmosferu, onda će vam posao nesvesno postati izuzetno težak, iako to možda nije i inače volite da ga radite. Počećete da kasnite na posao, da gubite motivaciju, da postajete povučeni i bezvoljni.

Neslaganje sa kolegama vrlo često može biti razlog da zaposleni počnu da traže drugi posao i promene svoje radno mesto, iako inače nemaju potrebu za tim. Isto tako, ako im je zanimljivo sa kolegama, može se desiti da i nehotice odlažu iili zanemaruju svoju potrebu da potraže neki bolji i zahtevniji posao, koji bi im omogućio da napreduju u karijeri.

Međuljudskim odnosima u kompaniji se često ne pridaje toliki značaj. Ipak, ako se posao ne odvija kako treba, ako se prekoračuju rokovi i ostvaruje loš kvalitet, razlog treba potražiti baš u ovom segmentu, u onom što se zove ljudski faktor. Ako je saradnja među zaposlenima bolja i dinamičnija, onda će se i posao brže, lakše i efikasnije obavljati, a zadovoljstvo će osetiti kako klijenti, tako i menadžeri, pa i sami zaposleni.

TEST

Saznajte u kakvim ste odnosima sa kolegama, odgovarajući na sledeća pitanja:

1. Da li pri pomisli na svoje radno mesto osetite neku mučninu, teskobu, nelagodu, iako vam posao dobro ide?

2. Da li izbegavate da vreme pauze podelite sa svojim kolegama i radije ostajete sami u kancelariji?

3. Da li smatrate da vaše kolege nemaju dobro mišljenje o vama i da vas ne cene i ne poštuju dovoljno?

4. Da li više volite da sav posao uradite sami ili vam je lakše da ga obavljate sa saradnicima?

Ukoliko su vaši odgovori na prethodna pitanja potvrdni, onda imate problem i morate preispitati svoj odnos sa kolegama na poslu.

Šta možete učiniti da poboljšate svoj odnos sa kolegama?

- Razgovarajte sa njima i ukažite im na problem; pokažite da želite da sarađujete sa njima.
- Budite prijatni i ljubazni, donosite i podstičite pozitivnu atmosferu na poslu.
- Pokušajte da ih ponekad pozovete na neko druženje van kancelarije; to može pomoći da se opustite i razvijete bolje međusobne odnose.

PRIJATELJSTVO NA POSLU

Većina se slaže sa Hasanom, junakom romana "Derviš i smrt", da se prijateljstvo prosto dešava. Da li je to uvek tako? Kada su kolege sa posla u pitanju, primetna je doza sumnjičavosti u iskrenost njihovih namera, pa nekad i nečija preterana dobronamernost i trud da se svima nađe i bude na usluzi, može da je izazove.

PRIJATELJSKI ILI POSLOVNI ODNOS?

Da li je poželjnije sa kolegama imati poslovan, prijateljski odnos, ili ipak biti na oprezu, jer ne znate šta može neko da uradi? O toj temi sprovedeno je istraživanje na portalu Poslovi.rs tokom februara.

Dobijeni rezultati su pokazali da 76.2% anketiranih ne preporučuje da se bude u preterano bliskim odnosima sa kolegama na poslu. Od toga 49,2% njih je više za poslovan odnos, a 27% smatra da je oprez neophodan kad su kolege u pitanju. Nasuprot njima 23,8% respodenata ističe da je poželjno biti dobar prijatelj sa kolegama i van radnog vremena.

Sa kolegama iz kancelarije poželjno je...

Imati samo profesionalni odnos.....49.2%
Biti dobar prijatelj i nakon radnog vremena.....23.8%
Biti oprezan! Nikad se ne zna šta može da uradi....27%

Ovakav rezultat se može smatrati očekivanim, ako se uzme u obzir postojeća svetska ekonomska situacija i stalan porast nezaposlenih širom sveta. To utiče na jačanje straha zaposlenih za posao, a poznato je da iz bojaznosti za sebe i svoju egzistenciju ljudi čine razne stvari, nekad zanemarujući opšta društvena i moralna načela. Ljubomora i zavist takođe mogu da pokrenu lavine negativnih emocija, na čijem putu može da se nađe svako, što mnogima pomogne da jasnije vide sliku tima kome pripadaju.

Kako bi predupredili nastranak nekolegijalnosti i podigli nivo kvaliteta odnosa između zaposlenih, u organizacijama postoje menadžeri koji rade na tome. Jedan od načina na koji to postižu je: organizacija tim bildinga, kolektivnih proslava, izleta, takmičenje u različitim sportskim disciplinama i dr. To može pomoći poslodavcima da podignu nivo kvaliteta timskog rada zaposlenih, kao i njihovih pojedinačnih znanja i kompetencija uz "zabavu", na šta su ukazala i iskustva nekih kompanija. Pored toga, dolazi i do jačanja prijateljskih veza imeđu zaposlenih, što može pozitivno uticati na opštu klimu u organizaciji.

Za one koji i dalje sumnjaju u mogućnost stvaranja bilo kakvog iskrenog osnosa na poslu, možda bi bilo dobro da još jednom razmotre sve razloge ZA i PROTIV da li će dozvoliti sebi da postanu bogatiji za još neku osobu od poverenja u svom životu.

PRAKSE

#1 U SRBIJI

Izaberi svoj put!



www.PRAKSE.rs



Za uspeh je potreban dobar odnos sa drugim ljudima

„Čovek koji ostvaruje najbolje rezultate nije uvek i čovek najbistrijeg uma, već je to čovek koji najbolje može da kontroliše umove i talente svojih saradnika!“

- V. Olton Džons

Ništa veliko na ovom svetu nije ostvario jedan čovek sam. Što nam je cilj veći, moramo angažovati više ljudi i uspostaviti bolji odnos sa ljudima oko nas.

A kako se ti odnosi razvijaju tokom našeg života?

Kada se rodi, svaki čovek je bespomoćno živo biće koje u potpunosti zavisi od svojih roditelja. Iako je čovek najsavršenije biće na planeti Zemlji, rađa se kao biće koje je na prvom mestu po zavisnosti od svojih najbližih, jer bez njihove brige ne bi preživelo više od par sati nakon samog rođenja.

S vremenom, kako rastemo, razvijamo se i jačamo, mi postajemo sve samostalniji i nezavisniji od roditelja i drugih bližnjih – sve do one tačke kada postajemo potpuno nezavisni: finansijski, ali i fizički, emotivno i mentalno.

Tada obično nastaje problem. Mnogi ljudi teže apsolutnoj nezavisnosti, a to nije dobro jer u takvoj situaciji ne mogu da pruže maksimum. Takođe, tada prkose ekološkom sistemu koji funkcioniše po principu prilične međuzavisnosti.

Ljudi koji su svesni ove činjenice dopunjuju se sa drugim ljudima kako bi imali veću moć i veći potencijal za realizaciju ciljeva.

Kakve su mogućnosti usamljenog čoveka?

Franc Kafka je jednom prilikom izjavio: „Kad god je čovek sam, uvek je u lošem društvu.“ Zapravo, svako od nas sam za sebe, izolovan, uvek deluje kao „komad mermera“ (bez obzira na lične kvalitete), ali kada smo okruženi dobrim timom, mi postajemo integralni deo velike „mermerne katedrale“.

Ponekad je jako važno da svoje lične ciljeve prilagodimo timskim ciljevima i onda se borimo za svoj tim.

Evo jedne zanimljive priče koja nam govori o tome kako veći uspeh postižu oni koji „igraju“ za tim. To je priča o dva kopača na naftnim poljima, a izgleda ovako: Razgovaraju dva kopača u toku radnog vremena, pri čemu je jedan dosta stariji, i već nekoliko decenija radi na istom radnom mestu, a drugi je novopridošli, prilično mlađi, i u kompaniji je svega par meseci.

Mnogi ljudi teže apsolutnoj nezavisnosti, a to nije dobro jer u takvoj situaciji ne mogu da pruže maksimum.

U toku njihovog razgovora prilazi predsednik kompanije (izuzeto važna ličnost) i zastaje da pozdravi starijeg kopača i srdačno se ispriča sa njim. Potpuno zbunjen, mlađi kopač pita: „Pa kako to da sa

predsednikom imaš tako prisan odnos, a samo si kopač?“ Drugi odgovara: „Normalno da imam kada smo pre 30 godina istog dana počeli da kopamo za ovu kompaniju“. Još više šokiran, mlađi kopač postavi još jedno pitanje: „A kako to da je on predsednik, a ti i dalje kopaš“? Na to sledi odgovor: „Stvar je vrlo jednostavna – on je radio za kompaniju, a ja za dva dolara na sat!“

Dakle, i iz ove priče se vidi da je mnogo bolje igrati sa timom za tim nego samo za sebe bez šire vizije.

Kako uspostaviti dobar odnos sa drugima?

Za početak moramo da u ljudima vidimo ono što je najbolje u njima samima i da se pozicioniramo kao osoba od poverenja.

Ljudi oko nas će hteti da sarađuju sa nama i da nam pomognu na putu ka realizaciji ciljeva samo pod jednim uslovom – da nam zaista veruju.

Jedan od ključnih faktora za stvaranje dobrih odnosa sa drugim ljudima tiče se naše sposobnosti da učinimo sve da se drugi ljudi osete važnim.

Američki predsednik Linkoln je jednom prilikom izjavio: „Ako želiš da dobiješ nekog čoveka za svoju stvar, prvo ga uveri da si njegov istinski prijatelj.“

Ono što je takođe važno prilikom stvaranja dobrih odnosa sa drugima jeste tzv. veština ophođenja. Ona predstavlja sofisticiranu veštinu uticaja koja polazi od empatije sa drugima – trudimo se da pre svega ne povredimo njihov ego, ali ni svoj, a da ostvarimo cilj. Ovde još treba dodati da dobro ophođenje u velikoj meri zavisi i od naše sposobnosti da kontrolišemo svoje emocije. Osoba koja ima sposobnost da svoje porive pretvara u razumne postupke ima i moć da od neprijatelja u bukvalnom smislu napravi prijatelja.

Zapravo, jedan od ključnih faktora za stvaranje dobrih odnosa sa drugim ljudima tiče se naše sposobnosti da učinimo sve da se drugi ljudi osete važnim. Oni nas neće smatrati važnim dok mi ne učinimo nešto da se oni osećaju važnim.

Dakle, jedno je sigurno – na putu ka realizaciji ciljeva mi dobijamo priličnu podršku drugih ljudi, što nas na neki način obavezuje da se i mi odužimo tako što ćemo, kada god je to u našoj moći, pomagati ljudima oko nas.

Rezime: Brajan Trejsi je rekao da 85% kvaliteta našeg života zavisi od kvaliteta odnosa koje ostvarujemo sa ljudima koji nas okružuju. Budući da nam je za realizaciju bilo kog većeg cilja potrebna podrška drugih ljudi, možemo slobodno reći da je i sama realizacija našeg cilja u direktnoj proporciji sa kvalitetom odnosa koji imamo sa ljudima koji su neposredno ili posredno angažovani kao neka vrsta naše pomoći. Sve ovo nam govori da je za realizaciju viših ciljeva potreban kapacitet lidera, a naša pozicija

lidera jeste neka vrsta poverenja koje nam je ukazano od strane ljudi koji nas okružuju. O tome koliko je za uspeh značajan dobar odnos sa drugima, govori i sledeća izjava kapetana Edija Rikenbarka: „Moje najveće lično blago jeste sposobnost da navedem druge da svoj um udruže sa mojim!“

Još jednom konstatujem da se ništa veliko na ovom svetu nije desilo a da je to uradio samo jedan čovek. Mogu slobodno da izjavim da je nedostatak prave saradnje i uključivanja drugih uništilo više dobrih ciljeva nego spektar mnogih drugih razloga.

„Želiš li setvu sledeće godine – posej seme.

Želiš li plodove za pet do deset godina – zasadi drvo.

Ako pak želiš plodove celog života – uzgajaj međuljudske odnose.“

– kineska poslovica

Tekst je priređen po knjizi Mapa Uspeha, D.R.Gilberta (Dragiše Ristovskog), direktora i osnivača D.R.Gilbert centra i D.R.Gilbert consultinga www.drgilbert-centar.com



Budite
TIMSKI IGRAČ

Timski rad podrazumeva da imate dobru komunikaciju sa svojim kolegama, da se dogovarate oko posla i zajednički učestvujete u realizaciji svakog njegovog segmenta, da delite informacije, kao i ideje i moguća rešenja problema.
Da li vam ovo zvuči poznato?



Sigurno ste već bili u sličnoj situaciji, čak i ako ste samo igrali košarku ili odbojku sa prijateljima. Vi i vaši saradnici na poslu ste igrači u jednom timu koji je sličan timu koji igra neku košarkašku utakmicu. Potrebno je da osmišljavate strategiju, dodajete loptu svojim saigračima, stalno misleći o tome gde se oni nalaze, kakve su im mogućnosti i kako da najbolje iskoristite njihovu poziciju da biste zajedno postigli pogodak.

Zamislite da je vaša kancelarija košarkaški teren, a vaše kolege saigrači u utakmici. Veoma je bitno da upoznate svoje kolege i da uspostavite dobru komunikaciju. Ukoliko znate kvalitete i posebne veštine svakog kolege, kao i način kako da to dobro upotrebite u zajedničkom obavljanju posla, onda će vaš timski rad biti veoma uspešan.

U savremenom poslovanju, *timski rad je veoma cenjen.* Poslodavci traže od svojih zaposlenih da budu sposobni da realizuju radne zadatke u uspešnoj saradnji sa svojim kolegama. Često se formiraju timovi zaposlenih koji rade na određenom projektu i ovo sve više postaje kalup modernog poslovanja.

Da biste stekli osobine timskog igrača i savladali veštine timske saradnje, dovoljno je da se učlanite u bilo kakvu grupu ili tim. To može biti neki sportski tim, grupa ili udruženje koje se bavi nekim kulturnim ili umetničkim delatnostima ili nešto slično. Nije bitno čime ćete se baviti, bitno je samo da ste u komunikaciji sa više saradnika i da zajedničkim snagama ostvarujete ciljeve.

Nemojte se ustručavati da svoje ideje i predloge podelite sa kolegama. Što više budete učestvovali, stvorićete pozitivnu i dinamičnu atmosferu u kojoj će se postepeno rađati sve više ideja. Komunikacija među učesnicima će biti sve bolja, a vas će sve više ispunjavati zajednički rad sa kolegama.

Naravno, ponekad je potrebno da se istaknete i samostalno dođete do rešenja nekog radnog zadatka. Samoinicijativnost, sposobnost za samostalno rešenje problema, liderske sposobnosti su veoma pogodni za određene vrste posla, a ponekad je takođe potrebno da se iskoriste kako bi se poveo tim.

Međutim, timski rad je ono što je najbitnije da bi neki posao i kompanija funkcionisali. Jedan čovek nikada sam ne može da uradi sve, niti da bude onoliko kreativan koliko to može grupa dobro organizovanih i povezanih saradnika. *U timu ćete naučiti i da pomažete svojim saradnicima, ali i da tražite i dobijete pomoć kada vam je potrebna.* Kada uspešno počnete da funkcionišete u timu, osetićete pravo zadovoljstvo i prednosti ovakvog načina rada, a svaki posao će vam izgledati lakši i zanimljiviji.

Proverite da li ste vi timski igrač, odgovarajući na sledeća pitanja:

1. Da li vam je više stalo da posao bude obavljen ili da istaknete sebe i svoj učinak?

☐ DA ☐ NE

2. Da li ćete potražiti pomoć kolega u rešavanju zadatka ili više volite da sami obavite posao, čak i ako to znači da morate da radite i ono što ne spada u vašu delatnost?

☐ DA ☐ NE

3. Da li radije birate kolektivne sportove kao što je košarka, rukomet, odbojka ili individualne, kakvi su tenis i plivanje?

☐ DA ☐ NE

4. Da li za rešavanje svojih problema tražite pomoć svojih prijatelja ili ih uvek rešavate sami?

☐ DA ☐ NE

*Ako ste rešavajući ovaj test birali prve ponuđene mogućnosti u svakom pitanju (odgovor DA), vi ste pravi timski igrač.



Tim predstavlja mnogo više od grupe ljudi. To je proces zalaganja, požrtvovanja i međusobnog poštovanja svih članova.

- Barbara Glacel



MARKETING MENADŽER

Danas gotovo više nije moguće zamisliti neku kompaniju bez marketing menadžera, osobe zadužene za marketinške aktivnosti firme. U različitim preduzećima ovo zanimanje dobija drugačiji oblik; njegova zaduženja variraju u zavisnosti od vrste posla i veličine same kompanije. Nije isto biti marketing menadžer u firmi koja se bavi oglašavanjem ili onoj koja prodaje kancelarijski materijal.

Ipak, postoje neki zajednički aspekti za sve ove pozicije. Šta je u osnovnom opisu posla menadžera za marketing, otkrićete na ovim stranicama.

Šta znači ovo zvanje?

Marketing menadžer je stručnjak zadužen za upravljanje sveukupnim marketinškim aktivnostima kompanije. Samo poreklo reči market, što znači tržište, ukazuje na to da je posao menadžera u marketingu u svakom svom segmentu vezan za tržište; istraživanje tržišta, analiziranje kupaca i njihovih potreba, kreiranje ili pronalaženje novih tržišta, ispitivanje pravaca u kojem se ono razvija i kako to može uticati na proizvod ili uslugu koju kompanija nudi, ispitivanje konkurencije i slično.

Ako ste marketing menadžer možete raditi u...

Stručnjaci za marketing neophodni su mnogim kompanijama, bilo da se one bave prodajom proizvoda ili pružanjem usluga, različitim advertajzing agencijama, advokatskim kancelarijama, osiguravajućim kućama i slično. Marketing menadžer je obavezno angažovan u medijskim kućama, na televizijskim i radio stanicama, časopisima i dnevnim listovima, kao i na veb sajtovima i drugim elektronskim medijima. Ovo zanimanje je takođe veoma često i u turističkim organizacijama i agencijama, u ugostiteljskoj industriji i drugim kompanijama koje se bave uslužnom delatnošću.

Kako izgleda jedan radni dan u životu marketing menadžera?

Budući da koordinira sve marketinške aktivnosti u kompaniji, marketing menadžer



često radno vreme provodi na poslovnim sastancima, bilo da je to sa članovima svog tima, bilo da je sa drugim odeljenjima u kompaniji, kao na primer sektorom za prodaju. Komunikacija sa spoljnim saradnicima, agencijama i oglašivačima, kao i domaćim i inostranim poslovnim partnerima, takođe su deo svakodnevice.

Cilj:

Cilj svakog marketing menadžera je da na najbolji način plasira na tržište proizvod ili uslugu kompanije u kojoj radi. Da pobudi pažnju aktivnih i potencijalnih potrošača i korisnika, te da ono što kompanija ponudi u potpunosti zadovolji njihove potrebe, san je svakog ko se bavi ovom profesijom.

Zadaci marketing menadžera:

- Kreira i razvija marketinšku strategiju kompanije.
- Analizira stanje proizvoda ili usluge kompanije na tržištu.
- Vrši demografska istraživanja i istraživanje tržišta, u onom delu koji je značajan za proizvod ili uslugu koju plasira kompanija.
- Povećeva „vidljivost“ kompanije na tržištu.
- Pronalazi nove načine da privuče potencijalne kupce ili korisnike.
- Sarađuje u kreiranju pojedinih promotivnih kampanja na tržištu.
- Sarađuje sa službom prodaje.
- Identifikuje nova potencijalna tržišta.
- Uključuje marketinšku strategiju. putem društvenih mreža u celokupnu marketinšku strategiju kompanije.



IVANA PEĆIĆ

marketing menadžer u Dexy co

Kako izgleda jedan Vaš tipičan radni dan?

- Budući da radim u firmi čija je glavna delatnost uvoz i distribucija dečijih igračaka, ne postoji mnogo stvari koje bi se mogle podvesti pod tipično. Novim izazovi i neočekivani problemi deo su moje svakodnevice, i to je ono što daje čar ovom poslu. Početak godine je period kada se većina mojih radnih obaveza odnosi na pravljenje marketinškog plana i budžeta za celu godinu. U obavezne godišnje aktivnosti ulaze i putovanja na sajmove i sastanke sa poslovnim partnerima iz inostranstva. Nakon svakog od tih odlazaka sumiramo utisake i planiramo poslovanje za celu godinu.

Praćenje rezultata tekućih marketinških aktivnosti i „uklapanje" u planirani budžet, kontakti sa oglašivačima i agencijama, kao i ino-partnerima, te usklađivanje aktivnosti sa sektorom prodaje, neke su od svakodnevnih



aktivnosti marketing menadžera. Moj tim je, između ostalog, angažovan i na ažuriranju sajta, praćenju onlajn medija i osluškivanju onlajn publike, koja je svakim danom sve veća.

Kada počinjete, a kada obično završavate svoj radni dan?

- Fiksni je jedino dolazak ujutru u 8 časova; dalje sve zavisi od obaveza.

Šta je to što ovu profesiju izdvaja od drugih, šta je to što marketing menadžer može što drugi ne mogu? Koji su najzanimljiviji i najuzbudljiviji zadaci jednog marketing menadžera?

- Marketing menadžer je u mogućnosti da donosi odluke koje značajno utiču na nastup kompanije na tržištu - koji će se proizvodi i na koji način prezentovati potrošačima. Definitivno najzanimljiviji zadatak marketing menadžera u firmi kao što je Dexy co je odabir brendova za koje se nadate da će deca zavoleti, a najveće zadovoljstvo je kada shvatite da ste u tome uspeli. Vrlo često osluškujem i pratim dečije razgovore o tome šta je sada najpopularnije u svetu igračaka; kada shvatim da je nešto od toga rezultat rada mojih kolega i mene, to je najveća satisfakcija koju posao može da pruži.

Šta je za Vas uspeh u ovoj profesiji?

- Na prvom mestu uspeh se ogleda u visokoj profesionalnosti i postizanju dobrih rezultata, pre svega u nastupu kompanije na tržištu, a zatim i u održavanju dobrih odnosa sa klijentima, kao i u uspešnom vođenju marketinškog tima u kompaniji. Međutim, za mene uspeh podjednako podrazumeva i da kroz posao razvijate i pozitivne ljudske osobine kao što su tolerancija, poštenje, empatija, te da imate visoke etičke i moralne kodekse.

Koje osobine treba da poseduje uspešan marketing menadžer, prema vašem iskustvu?

- Sposobnost organizacije, odvajanja bitnog od nebitnog, dobra informisanost i spremnost na svakodnevna usavršavanja, ključni su za bavljenje ovom profesijom. Mislim da se u današnje vreme sve više gubi jasna razlika između profesija, te je nužno da svaki menadžer bude što svestraniji, da poseduje znanja i iz oblasti koja se možda ne odnose direktno na posao koji obavlja. Neophodno je da budete radoznali, da se potrudite da svaki dan naučite nešto novo, čak i ako vam se u početku to ne čini toliko bitnim.

Ako govorimo o određenom profilu...

- Vrlo često uspešni marketing menadžeri ne dolaze iz sveta ekonomije. Obrazovanje koje sam stekla na Ekonomskom fakultetu u Beogradu je odlična polazna osnova za bavljenje marketingom, ali je praksa, dalja individualna nadgradnja i sposobnost, presudna. Neko ko je komunikativan, organizovan, uspešno radi pod pritiskom, brzo i samostalno rešava probleme, a pritom pokazuje liderske sposobnosti, ima odličan potencijal za bavljenje ovom profesijom.

Savet

- Iza svake uspešne osobe stoji mukotrpan rad i zalaganje. Ništa se ne dešava slučajno ni samo od sebe; stoga budite strpljivi, vredni, uporni, i uspeh neće izostati.

Tekst: Milica Nastasić


BoljiBiznis
“Dobro došli u svet Boljeg Biznisa”

BUDITE U KLUBU NAJBOLJIH POSLODAVACA

POSLOVI.RS *i* KARIJERA

PREDSTAVLJAJU POSLODAVCA MESECA ZA FEBRUAR 2012.

otpbanka

Godina ambicioznih planova za OTP banku u Srbiji



OTP banka Srbija deo je veoma uspešne grupacije koja ima dugu tradiciju poslovanja i jedna je od vodećih u Centralnoj i Jugoistočnoj Evropi.

OTP grupa pruža usluge univerzalne banke za više od 13 miliona klijenata u devet zemalja širom regiona centralne i istočne Evrope. OTP banka, pored Srbije i matične zemlje Mađarske, posluje i u Slovačkoj, Rusiji, Rumuniji, Bugarskoj, Ukrajini, Hrvatskoj i Crnoj Gori.

OTP banka Srbija je likvidna, beleži rast kapitala i očekuje povećanje tržišnog učešća što je čini ozbiljnim konkurentom bankama na domaćem tržištu.

U skladu sa razvojnom strategijom, OTP banka Srbija planira povećanje efikasnosti poslovanja, veći obim plasiranja kredita, fokusiranje na refinansiranje i reprogramiranje dugova, i akviziciju novih klijenata. Banka planira da nastavi sa praksom kreiranja proizvoda koji su maksimalno prilagođeni potrebama klijenata, kako po kvalitetu i brzini procesa odobravanja tako i po pitanju cene.

Ambiciozne planove, koji obuhvataju veće učešće na bankarskom tržištu, kako u poslovanju sa stanovništvom, tako i sa privredom, OTP banka planira da ostvari zahvaljujući uspešnom i jedinstvenom timu svih zaposlenih.

Za ispunjenje svih planova, svakako su nam potrebni novi kvalitetni i stručni kadrovi koji će doprineti našem poslovnom uspehu i rastu. Zato, koristimo ovu priliku da pozovemo sve ambiciozne ljude, spremne da vredno rade i prihvataju nove izazove, da konkurišu za posao u OTP banci Srbija. Za najbolje uvek ima mesta u našoj banci.

Misija Ljudskih resursa OTP banke Srbija je formiranje tima zaposlenih koji daju pun doprinos poslovnom uspehu kompanije svojim visokim nivoom ostvarenih rezultata i koji su izuzetno motivisani za rad i napredak u karijeri, na osnovu jasnih i transparentnih pravila.

OTP banka svojim zaposlenim omogućava profesionalno usavršavanje i razvoj karijere kroz program obuka, coaching-a i realizaciju „Talent pool" programa koji predstavlja vođenje razvoja karijere zaposlenih sa potencijalom za buduće lidere.

Ulaganje u obuke zaposlenih za OTP banku predstavlja jednu od najznačajnijih investicija. Koliko su obuke i ulaganje u profesionalni razvoj zaposlenih bitni za OTP banku Srbija govori podatak da je budžet za realizaciju godišnjeg plana obuka za 2012. godinu 30 odsto veći nego za 2011, a 60 odsto veći nego za 2010. godinu.

Specijalna ponuda!

I manja rata!

I više para!



Jednim potezom!

otpbanka
Verujemo jedni drugima

Dinarski kredit za refinansiranje OTP banke!

WWW.otpbanka.rs

Call Center:0700 4800 400 • 021 4800 400

FORMIRAJTE USPEŠAN TIM

Šta može doprineti da jedan tim postane uspešan?

Timski rad je osnova uspeha svake kompanije. On može dovesti do porasta profita, ali i do opadanja produktivnosti rada, ukoliko tim ne funkcioniše uspešno. Poslovanje će se u budućnosti sve manje zasnivati na hijerarhijskoj i individualnoj podeli rada, a sve više na timskom radu, koji za kraće vreme može dovesti do boljih rezultata.

Međutim, da bi tim bio uspešan, potrebno je napraviti planove o tome kako oformiti tim i kako će on funkcionisati. Tim ne može činiti bilo koja grupa zaposlenih; nije dovoljno samo spojiti zaposlene i očekivati od njih da daju najbolje moguće rezultate.



Da bi se neka grupa zaposlenih ponašala kao tim, neophodno je da se uloži neko određeno vreme i trud da bi članovi počeli da se osećaju kao tim. Tek tada će moći zajedničkim snagama da se bore da dođu do svog cilja i ostvare dobre rezultate.

Šta može doprineti da jedan tim postane uspešan?

RAZVIJEN OSEĆAJ PRIPADNOSTI NEKOJ CELINI

Osećaj pripadnosti timu se pojačava kada njegovi članovi imaju osećaj da rade i doprinose nečemu što ima veći značaj od njihovog individulnog rada. Zbog toga je bitno da zaposleni koji čine tim što više budu upoznati sa kompanijom, njenim istorijatom, značajem na tržištu i proizvodima odnosno uslugama koje ostvaruje, kao i da shvate značaj i ulogu tima za napredak kompanije.

VERA U STRUČNOST SVIH SARADNIKA KOJI ČINE TIM

Članovi procenjuju vrednost tima kome pripadaju i na osnovu stručnosti, znanja i ugleda drugih saradnika u timu. Ukoliko su saradnici u timu ugledniji, utoliko će svaki član imati jači osećaj časti i zadovoljstva što pripada timu. Zbog toga je neophodno da svaki član, pri ulasku u tim, bude predstavljen na najbolji način i da budu istaknuta njegova dosadašnja dostignuća.

DOBRA KOMUNIKACIJU MEĐU ČLANOVIMA

Od toga kako komuniciraju članovi tima zavisi koliko uspešno će rešavati svoje zadatke. Ako postoji problem u komunikaciji, treba im pomoći da ga otklone i ukazati im na različite oblike komunikacije (neko bolje komunicira vizuelno, neko auditivno, neko upotrebom gestikulacije i tako dalje).

RAZUMEVANJE SVOJE ULOGU U TIM

Važno je da svaki član razume koja je tačno njegova uloga u timu, kako bi mogao da uloži maksimalan trud da ostvari svoj zadatak i ispuni očekivanja svojih saradnika. Svakom članu tima bi koristilo da od svog nadređenog dobije jasno objašnjenje u čemu se sastoji njegov doprinos i koliki značaj on može imati za funkcionisanje čitavog tima.

TIMBILDING

Poželjno je da članovi tima provode neko slobodno vreme zajedno, družeći i zabavljajući se. Ovo se može realizovati na nekim kraćim putovanjima koje kompanija može da organizuje, i na koje će članovi tima ići zajedno (planinarenje, kampovanje, seoski turizam).

UPOZNAVANJE SA ZAJEDNIČKIM CILJEVIMA

Svaki član tima mora da ima jasnu viziju o tome koji su ciljevi tima i za šta se oni bore. Što slikovitije mogu sebi da predstave svoje buduće rezultate to bolje jer će im tako biti lakše da se posvete svojim zadacima.

OSEĆAJ ODGOVORNOSTI ZA REZULTATE KOJE OSTVARUJU KAO TIM

Ako osećaju odgovornost za ono što rade, zaposleni će uložiti veći trud da to uspe. Neophodno je da kod članova tima postoji razvijeno osećanje da za njihov posao nije odgovorna kompanija, niti neko drugi u timu, nego oni sami. Ma koliko težili zajedničkim ciljevima i timskom radu, svaki član tima mora osećati i individualnu odgovornost za deo posla koji obavlja.

PROGRAM STICANJA PRAKTIČNIH ZNANJA

Nacionalna služba za zapošljavanje raspisala je Javni poziv za realizaciju Programa sticanja praktičnih znanja.

Program sticanja praktičnih znanja namenjen je poslodavcima koji zapošljavaju nezaposlena lica bez kvalifikacija, radi sticanja praktičnih znanja i veština za rad, obavljanjem jednostavnih, konkretnih poslova.

Program sticanja praktičnih znanja podrazumeva osposobljavanje nezaposlenih lica bez kvalifikacija u trajanju od šest meseci i zadržavanje lica u radnom odnosu najmanje šest meseci po isteku period osposobljavanja.

Poslodavcima koji su zasnovali radni odnos sa licima za vreme osposobljavanja, NSZ refundira neto zaradu lica u mesečnom iznosu od 20.000 dinara i pripadajući porez i doprinose za obavezno socijalno osiguranje.

Pravo učešća na Javnom pozivu ima poslodavac pod uslovom da uredno izmiruje obaveze po osnovu poreza i doprinosa za obavezno socijalno osiguranje; račun nije u blokadi; da nije privredni subjekt u teškoćama, u smislu propisa kojima se reguliše kontrola i dodela državne pomoći; da je izmirio ranije ugovorne obaveze prema NSZ, osim za obaveze čija je realizacija u toku; da ima najmanje jedno zaposleno lice, kadrovske i druge kapacitete za praktično osposobljavanje lica za obavljanje jednostavnih poslova i da zapošljava nezaposleno lice sa evidencije NSZ koje nema kvalifikaciju i iskustva za obavljanje poslova za koje se organizuje sticanje praktičnih znanja i da u proteklih šest meseci pre podnošenja zahteva za dodelu sredstava nije bilo u radnom odnosu kod tog poslodavca.

Poslodavac koji ima do deset zaposlenih ima pravo da u program uključi do dva nezaposlena lica, a poslodavac koji ima preko deset zaposlenih ima pravo da u program uključi nezaposlena lica čiji broj ne može biti veći od 20 posto ukupnog broja zaposlenih.



DOKUMENTACIJA:

- zahtev za učešće u programu (na propisanom obrascu Nacionalne službe);
- fotokopija rešenja nadležnog organa o upisu u registar, ukoliko podnosilac zahteva nije registrovan u APR;
- pisano obaveštenje podnosioca zahteva o svim drugim de minimis državnim pomoćima koje je dobio u prethodnom trogodišnjem fiskalnom periodu ili izjava podnosioca zahteva da nije koristio de minimis državnu pomoć;
- pisana izjava podnosioca zahteva da nije privredni subjekt u teškoćama;
- dokaz o uplati poreza i doprinosa za obavezno socijalno osiguranje zaposlenih za mesec koji prethodi mesecu u kojem je podnet zahtev (kopije overenih PP OPJ i PP OD obrazaca).

NSZ i poslodavac u roku od 30 dana od dana donošenja odluke o odobravanju sredstava zaključuju ugovor, kojim uređuju međusobna prava i obaveze. Poslodavac je u obavezi da pre zaključenja ugovora dostavi NSZ ugovor o radu sa licem i prijavu na obavezno socijalno osiguranje.

Zahtev za učešće u programu stručne prakse podnosi se nadležnoj organizacionoj jedinici NSZ, prema sedištu poslodavca ili prema mestu angažovanja lica, neposredno ili putem pošte, na propisanom obrascu koji se može dobiti u svakoj organizacionoj jedinici NSZ.

Javni poziv je otvoren do utroška raspoloživih finansijskih sredstava.



Sajam edukacija, praksi i poslova

CAREER DAYS

Career Days, projekat međunarodne studentske organizacije AIESEC, je dvodnevni sajam edukacija, praksi i poslova. Sa osamnaest godina dugom tradicijom, sajam predstavlja centralni događaj te vrste u regionu. Od nesebične ideje o pomoći mladim ljudima da rade na razvoju svoje karijere, „Career Days“ je iz godine u godinu rastao, menjao se i prilagođavao da bi postao ovo što danas predstavlja. Organizuje se u tri najveća grada Srbije: Beogradu, Novom Sadu i Nišu, broji rekordnih 7000 posetilaca, a dugi niz godina dovoljno svedoči o uspešnoj saradnji sa kompanijama i medijima.

Ove godine, „Career Days“ se u Beogradu organizuje 19. i 20. aprila u prostorijama Belexpo centra. Ulaz je besplatan, što je praksa od samog nastanka sajma. Dakle, pruža se prilikama svim zainteresovanim mladim ljudima da dolaskom na sajam učine nešto više za sopstvene kvalifikacije, sticanje praktičnog iskustva ili zaposlenje.

Naime, sajam je zamišljen kao višestruko sadržajan događaj i bazira se na tri segmenta: edukacijama, praksama i poslovima.

Edukacije će biti ostvarene kroz niz interaktivnih radionica i simulacija koje će držati najkvalitetniji predavači. U za to predviđenim prostorijama, takozvanim boxovima, kompanije učesnice će prenositi svoja znanja i iskustva na najrazličitije teme.

Prakse su jedna od pogodnosti sa kojom će neki posetioci napustiti ovogodišnji „Career Days“ sajam. Na otvorenim štandovima kompanija učesnica svima se pruža prilika da razgovaraju sa njihovim predstavnicima i da, ukoliko svojim kvalifikacijama zadovoljavaju kriterijume, dobiju i vredno praktično iskustvo u istim.

Poslovi - najveći problem današnjih akademaca moguće je rešiti dolaskom na sajam i ostavljanjem svog CV-a. Kompanijama koje imaju otvorena radna mesta baza CV-a stoji na raspolaganju godinu dana, što znači da su šanse za zaposlenje velike.

Mogućnosti koje se pružaju, kao i niz drugih zanimljivosti i iznenađenja koja će prati otvaranje i odvijanje sajma dovoljan su motiv za dolazak na „Career Days“.

Za više informacija o sajmu posetite sajt *www.careerdays.rs*, Facebook stranicu *www.facebook.com/CareerDays.AIESEC* ili nas posetite na Twitter-u *http://twitter.com/careerdaysrs*.

Sa kancelarijama u preko 110 zemalja i preko 60 000 članova, AIESEC je najveća svetska organizacija mladih. Fokusiran na razvoj liderskih sposobnosti, AIESEC nudi priliku mladim ljudima da budu deo sveta i utiču na njegove promene kao i da steknu, danas neophodne, veštine i iskustvo.

Curriculum Vitae



Ime: Career Days

Adresa: www.careerdays.rs

Datum: 24.03.2012.

Mesto: Opština Savski Venac

Iskustvo: **"Dobio si posao, šta sad?"**

"Kako se predstaviti poslodavcu"

"Mitovi i zablude o procesu selekcije"

"Značaj kontinuiranog obrazovanja"

CAREER DAYS

Edukativni partneri:

Coca-Cola Hellenic – Passion for Excellence

Сеница младих – Савез самосталних синдиката Србије

Sandler Training – Finding Power In Reinforcement

EDUKA plus – Centar za poslovne veštine

Strawberry energy

cromergroup – workforce development

CVision.rs

KimTec

m san grupa

Zaposlenje.org

Sharp

P&G

MOVE 21

COTRUGLI Business School

AIESEC

The international platform for young people to explore and develop their leadership potential

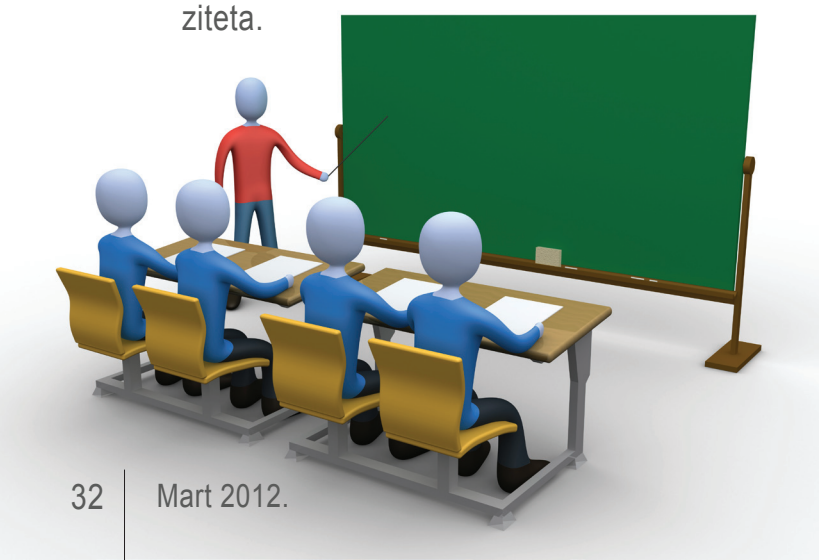
Dopunske stipendije

GLOBAL SUPPLEMENTARY GRANT PROGRAM

Beogradska otvorena škola u saradnji sa Fondom za otvoreno društvo raspisala je konkurs za Globalni program dopunske finansijske podrške (GLOBAL SUPPLEMENTARY GRANT PROGRAM) u školskoj 2012/2013. godini.

Program je namenjen studentima iz zemalja Centralne i Istočne Evrope, bivšeg Sovjetskog Saveza i Mongolije koji su upisani na doktorske studije iz oblasti društvenih i humanističkih nauka na nekom od priznatih univerziteta u Zapadnoj Evropi, Aziji, Australiji, Severnoj Americi i na Bliskom istoku. Dopunske stipendije dodeljuju se za period od godinu dana, a na osnovu akademskih rezultata i potrebe za dopunskim finansiranjem. Po isteku stipendije moguće je konkurisati za dopunsko finansiranje još jedne godine studija.

Na konkurs se mogu prijaviti isključivo studenti koji su upisani na redovni program doktorskih studija (Ph.D.) na nekom od priznatih univerziteta.



Dopunske stipendije dodeljuju se za jednu od sledećih kategorija troškova:

- ŠKOLARINA - najviše 50% od ukupnog iznosa školarine za akademsku godinu.
- TROŠKOVI ŽIVOTA - studenti koji su obezbedili pokrivanje troškova školarine (stipendije i dr.) mogu da konkurišu za troškove smeštaja i života.
- TROŠKOVI PUTOVANJA - studenti koji su obezbedili sva potrebna sredstva ali ne mogu da pokriju ostale troškove (npr. povratna karta, literatura, materijal, zdravstveno osiguranje itd.) mogu aplicirati za dodatna sredstva u ovoj kategoriji.

Konkurs važi isključivo za kandidate koji su već obezbedili delimične ili pune troškove školarine, stipendije za stanovanje ili druge troškove. Očekuje se da kandidati poseduju odlično znanje stranog jezika univerziteta na koji su upisani. Konkursna prijava i ostala dokumentacija podnose se isključivo na engleskom jeziku.

Kandidati se mogu prijavljivati i onlajn na Prijavni formular http://www.soros.org/grants/oas.

Savetujemo kandidatima da ako mogu koriste sistem onlajn prijavljivanja jer je brži i efikasniji.

Više informacija o stipendiji možete pronaći na: http://www.soros.org/initiatives/scholarship/focus_areas

Rok za prijem konkursnog materijala je **15. april 2012.** za studije u Severnoj Americi, Aziji, Australiji i Bliskom Istoku i **21. maj 2012.** za studije u Evropi, u kancelarijama Beogradske otvorene škole. Rokovi važe i za onlajn prijave.

Informacije o programima mogu se dobiti i u kancelarijama Beogradske otvorene škole, svakog radnog dana od 10 do 17 časova: Masarikova 5/XVI, telefon +381 11 30 61 371 ili na mail ena@bos.rs

Prijave se do ovih datuma mogu slati i direktno i za to važi isti rok za prijavu.

Ako šaljete direktno prijave šaljite na:

Global Supplementary Grant Program -North America
Open Society Institute
1700 Broadway, 17th Floor
New York, NY 10019
U. S. A.

Global Supplementary Grant Program - Europe
Open Society Foundations
Scholarship Programs
Cambridge House
100 Cambridge Grove
London W6 0LE
United Kingdom

MARKETING FOCUS

Petu godinu za redom, projekat Marketing Focus okuplja sve studente i organizacije kojima je zajednička sfera interesovanja marketing. Cilj projekta je da se studentima približe aktuelni trendovi iz sfere marketinga, da se kroz praktične situacije unaprede znanja i podigne svest o neophodnosti marketinga u modernom vremenu.

Projekat je edukativnog karaktera i ima za cilj da poveže studente sa ovim sektorom privrede i razvije njihove veštine kroz najkvalitetniju edukaciju i praksu. Projekat se sastoji iz dva dela: konsultantske kuće i konferencije.

Konsultantska kuća obuhvata niz radionica i edukacija na temu marketinga. Ove godine u njoj učestvuju samo praktikanti iz inostranstva. Studenti se prijavljuju za učešće, a oni koji budu odabrani pohađaju niz edukacija na teme poput prodaje, izrade marketing plana, grafičkog dizajna, konsaltinga, rada u timu; oni zajedno rade analize i istraživanja, i na kraju pokušati na doprinesu konkurentnosti preduzeća konkretnim rešenjima i strategijama.

Konferencija „Marketing Focus“ tradicionalno traje 2 dana. Prvi dan je rezervisan za predstavljanje firmi učesnica. Menadžeri i predstavnici domaćih kompanija govoriće pred 50 odabranih delegata na teme kao što su marketing usluga, CRM, brand management, istraživanje tržišta, krizne strategije. Drugog dana konferencije delegati se raspoređuju u tematske radionice, gde će kroz simulacije i interaktivan rad sa menadžerima kompanija imati priliku da iskažu svoje znanje i kreativnost, i vide šte sve marketing podrazumeva u praksi.

Dvodnevna konferencija “Marketing Focus 2012” biće održana 5. i 6. aprila u Privrednoj komori Srbije, u ulici Terazije br. 23. Generalni sponzor ovogodišnje konferencije je GfK.

NEPUŠAČKA ZONA!

Od kada je izglasan zakon, kojim se sankcioniše pušenje na radnim mestima i javnima ustanovama, u Srbiji je jedan deo zaposlenih "prodisao", a drugi se osetio diskriminisano.

Još pre njegovog stupanja na snagu pušači su negodovali, jer im je bilo nezamislivo da na radnom stolu pored stalaka za hemijske, kalendara, rokovnika ne stoji gotovo najbitnija stavka – pepeljara.

I onda su svi pušači krenuli u akciju - ujedinjeni su pokušavali da se izbore za svoju pušačku zavisnost na radnom mestu. Ipak, zakon je zakon i zabrana je ostala na snazi. Ali ono što im je ostalo za utehu jesu posebne prostorije namenjene pušačima.

I kao što to obično biva, jedna zabrana bude nadoknađena drugom povlasticom. Tako, pušači sada imaju pravo na svojih 5 minuta cigaret pauze i to u većini slučajeva nije striktno propisan vremenski period kada mogu iskoristiti, već onda kada im se prohte. I nije ni čudo što su njihove kolege nepušači ljuti i gnevni - pušači sve manje vremena provode na radnom mestu, a sve više u pušionici.

Ipak i za takve situacije postoji rešenje. Austrijsko preduzeće "Male" je pronašlo kompromis. Radnici ove firme koji žele da naprave cigaret pauzu van propisanog vremena, treba privremeno da se odjave



iz sistema. Koliko vremena provedu na cigaret pauzi toliko duže ostaju na poslu. Jednostavna računica!

Ova drastična mera dosta je uzburkala javnost Austrije, iako je ona doneta na nivou samo jednog preduzeća. Ali, podstakla je mnoge na razmišljanje, kako da reše čest „nestanak" pušača i tako umire njihove kolege nepušače koji realno više rade od njih.

Možda će ovakva mera pomenute austrijske firme "Male", pomoći i nekim našim kompanijama da doskoče zaposlenima, koji koriste česte pauze za pušenje zbog kojih trpi posao.

Iz ugla zakona...
ZABRANA PUŠENJA

Zakon o zaštiti stanovništva od izloženosti duvanskom dimu propisuje potpunu zabranu pušenja na svim radnim i javnim mestima, uključujući i hodnike, liftove, čekaonice...

Zakon predviđa i izuzetke, pa je na određenim radnim mestima, kao što su banke, na primer, dozvoljeno obezbediti posebnu prostoriju za pušenje koja mora biti obeležena i sa posebnom ventilacijom. Taj prostor za pušače ne sme da postoji u objektima državne i lokalne samouprave, u zdravstvenim ustanovama, školama, gde ne sme da se puši ni u dvorištima. Potpuna zabrana važi i za sportske i tržne centre, sve objekte za proizvodnju, kontrolu i promet lekova, za smeštaj i promet namirnica, u objektima društvene ishrane kao što su studentske menze, u medijima...

Ovaj zakon je uveo i odgovornost poslodavca koji je dužan da se pobrine za njegovo sprovođenje. Pojedinac koji puši na radnom mestu platiće 5.000 dinara, njegov neposredni rukovodilac 30.000 do 50.000 dinara, a firma između pola miliona i milion dinara. Inspektori mogu dokazati da je neko pušio ne samo ako ga zatekne sa cigarom u ustima već i na osnovu dima u vazduhu, pepeljare, opušaka, mirisa...



Kazne

Novčanom kaznom od **5.000 dinara** kažnjava se lice koje:

- *puši u zatvorenom prostoru kao i javnom prostoru*
- *puši u javnom prevozu ili čekaonici ili stanici javnog prevoza*

Novčanom kaznom do **1.000.000 dinara** kažnjava se pravno lice ako...

- ne sprovede zabranu pušenja u zatvorenom javnom prostoru
- ne zabrani pušenje u javnom prevozu,
- u ugostiteljskom objektu pismeno ne navede koje su sobe u kojima je dozvoljeno pušenje i uredi ih shodno zakonu
- u zatvorenim prostorijama ne istakne vidno natpis zabranjeno pušenje, odnosno dozvoljeno pušenje
- ne istakne ime lica koje je ovlašćeno za kontrolu zabrane pušenja



Brzo
Lako
Jednostavno

Poslovi.rs