

ВОДИЧ КРОЗ СВЕТ БИЗНИСА И ЕКОНОМИЈЕ

ЕКОНОМЕТАР

БРОЈ 122 - ГОДИНА X - ФЕБРУАР 2015.
ИЗЛАЗИ СВАКОГ ПРВОГ УТОРКА У МЕСЕЦУ

ЦЕНА 100 ДИН. - ЦГ 1,20 € - БИХ 3,00 КМ

У ПОСЕТИ ПОРОДИЧНОЈ ФИРМИ КМН ИЗ ЧАЧКА

Домаћа храна у центру Београда

ТЕМА БРОЈА:

Региони добијају већа овлашћења

ДР МАЛИША ЂУКИЋ, ББА

Пред нама је тешка година

ПОРОДИЦА БРКИЋ
РЕЦИКЛИРА ПЛАСТИКУ

Ратан гарнитуре из отпада



РЕПОРТАЖЕ • МАЛИ БИЗНИС • ПРОЦЕНЕ ЕКОНОМИСТА • АНАЛИЗЕ • БИЗНИС ФЕЉТОНИ

У ПОСЕТИ ПОРОДИЧНОЈ ФИРМИ КМН ИЗ ЧАЧКА

Домаћа храна у центру Београда

Милоје Стевановић направио је од мале пиљаре у Чачку успешну породичну фирму за производњу и продају хране. Обезбедио је посао за своју породицу, 120 запослених и више од 500 домаћинстава која су добављачи КМН-а. Дневно се произведе око 1.700 килограма хране за више од две хиљаде муштерија. Од пре три године послује и у најстрожем центру главног града



Сви заједно у послу – ћерке, зетови, унуци... (слева надесно): напред Јован, Миона, Милоје, Магдалена у крилу баке Наде, Марта, позади Жељко, Катарина, Јанко, Јана, Марија и Миломир

Када је 1993. године Милоје Стевановић, радећи у једној државној фирми у Чачку, добио задатак да одлучи ко би због економских тешкоћа требало да остане без посла, повукао је данас вероватно незамислив потез – решио је да „сам себе отпусти“ јер није могао никога „да носи на души“. Са супругом Надом узео је породичну уштеђевину од тадашњих 6.000 немачких марака и 1994. године основао фирму КМН (акроним почетних слова чланова породице – Милоје, Нада и ћерке Катарина и Марија). На самом старту ово је била мала пиљара која се у локалу површине 16,5 квадратних метара бавила трговином животним намирницама.

– Временом је КМН полако растао и око себе смо формирали читав круг коопераната, односно добављача. То су углавном били озбиљни српски домаћини из околине Чачка и из Драгачева, па нас је тако један снабдевао јајима, други парадајзом, трећи паприком или шаргарепом. Тако смо могли да гарантујемо врхунски квалитет производа, а са нашим послом расли су и сви они који су били уз нас – објашњава у разговору за Економетар Милоје Стевановић, власник КМН-а, који је пореклом из Драгачева, али је више од 30 година живео у Чачку.

Развојем посла КМН је најпре проширио малопродају, да би затим обезбедио простор и за администрацију и пра-

теће службе. Након напорног рада и много непреспаваних ноћи купили су кућу у центру Чачка у којој је отворена друга продавница 1998. године, где су ускоро почели и да производе храну.

– Направили смо неколико производних линија – имамо производњу готових јела, производњу салата, пекару, послатичарску радионицу и прераду меса, и то је својеврстан холдинг у малом. Све оно што се произведе у нашим радионицама служи искључиво за потребе наше малопродаје и по томе смо јединствени – објашњава Милоје Стевановић.

Он каже да КМН у Чачку има два „озбиљна супермаркета“, а у Београду су се определили да пре три године отво-



Квалитетна домаћа храна, без сурогата: Објект у Београду, у Змај Јовиној улици



Из богатог асортимана: Готова јела, пецива, слаткиши

И у објектима у Чачку велики је промет сваког дана

ре специјализовану продавницу у којој, осим напитака, немају ништа „са стране“. Све су то производи из КМН-ових радионица, укључујући и млекару Гај из села Горачића у Драгачеву, која је практично „фирма ћерка“, настала уз подршку КМН-а, али је сада самостална и веома успешна.

Основни разлог због којег је мала пиљара кренула са програмом производње готове хране био је тај што су Стевановићи сматрали да ће „у овој земљи неко морати нешто и да ради, па неће стицати да спрема ручак“. Дакле, циљна група су им запослени људи.

– За сваку припрему домаће хране потребно вам је по неколико сати. Зато смо дошли на идеју да нашим презапосленим муштеријама пробамо да решимо тај проблем, али смо желели да избегнемо оно што сматрамо својеврсном преваром, а то је брза храна. Одлучили смо да припремамо јела каква бисмо понудили и нашој деци и унуцима, храну какву су наши стари – родитељи, бабе, деде, спремали на пример за крсну славу. Дакле, једно од правила је да нема никаквих сурогата, ничег вештачког, адитива, хемије – истиче саговорник Економетра.

Од учитеља до предузетника

Милоје Стевановић рођен је у селу Горачићи у Драгачеву, а више од три деценије живео је у Чачку, све док се пре четири године није са супругом Надом преселио за Београд ради припреме и реализације београдског пројекта. Након завршене учитељске школе био је просветни радник. Затим је ванредно студирао Педагошку академију да би после тога отишао на Београдски универзитет и дипломирао на Факултету политичких наука. Постдипломским студијама се бавио на Правном факултету. Био је студент са одличним просеком, али никада није радио „оно што је учио у књигама“. Сам каже да се углавном бавио оним што је научио у својој породици. Аутор је десетак књига под псеудонимом „Грешни Милоје“.



Милоје Стевановић

Породични бизнис

КМН је права породична фирма. На почетку су цео тим чинили Милоје и Нада Стевановић који су се трудили да своје искуство и знање пренесу на децу. Ђерке Катарина и Марија укључиле су се у посао још као студенти и сада комплетно воде линије за производњу у Чачку, а зетови Жељко и Миломир управљају финансијско-књиговодственим, техничким, комерцијалним и кадровским пословима, брину о заштити на раду, воде инвести-

ције. Данас породица Стевановић броји 12 чланова. Од шесторо унучади њих четворо, преко ђачког распуста, ради у КМН-у и тако зарађује свој први џепарац.

Милоје Стевановић истиче да се у погледу развоја фирме и инвестиција држао „домаћинске филозофије“ коју је наследио од својих предака са села. Према његовим речима, тај приступ је конзервативан са становишта модерних економских визија, али је веома једноставан и поздан и гласи: „Пружај се према губеру“!

– Тако смо ми почели на поменутих 16,5 квадрата, без ослонаца на било какве спољне факторе, и применили смо лекцију коју сам ја у раном детињству научио од мог деде: „У се и у своје кљусе“! Када смо створили чврсту основу кренули смо напред, стопу по стопу.

Трудили су се да троше што је могуће мање, а да раде што је могуће више. Све зарађено улагали су у даљи развој посла, а Милоје Стевановић каже да има рецепт за успешан развој фирме – без донација, без кредита или потпоре одређених структура. Први услов је – радити максимално могуће, а за спавање оставити само биолошки минимум.

– Овде је врло битно знати да се после пет-шест година рада, када се постигну први резултати, не саплетете о такозвани праг zasiћености, јер ту ћете пасти и пропасти. Управо тада би требало запети још више!

Поверење купаца и добављача

Наш саговорник тврди да је друга битна ствар пословати у складу са могућностима, трећа – обавезе извршавати без одлагања, а четврта – да не сме да буде преваре! Он наводи три неприкосновена правила: „кад купујеш инпуте о квалитету нема разговора – он може бити само врхунски; када си купио нема разговора о плаћању – плаћа се одмах, без одлагања; када продајеш, ако није као за твоје дете, кума, мајку онда није ни за кога – расходује се!“

– Моја супруга и ја захтевамо од радника да оно што не би дали мени као свом послодавцу, односно мојим унуцима, не смеју ни случајно да понуде муштерији. Имали смо случај да ми се радница захваљивала када сам рекао да не сме продавати ништа што није „прва лига“ јер је, према њеним речима, она 15 година, радећи у претходној фирми на истом послу, имала задатак да прода управо оно што не ваља!

Када муштерије схвате да нема преваре, круг купаца се шири. Тако КМН данас свакодневно има неколико хиљада пот-



Прави породични бизнис за који већ знају и унучи

Муштерија је краљ

Милоје Стевановић каже да ја за заповшене у КМН-у правило број један – „муштерија је краљ“!

– Тако смо постигли један од главних циљева наше пословне политике, а то је да се праг наше куће прелази са поштовањем. Заиста се понашамо као да дочекујемо госте на слави и мислим да су потрошачи врло задовољни и нашом услугом и квалитетом производа и ценом.

рошача, а уз такав промет не постоји ни шанса да се на полицама нађе производ који није свеж.

– Још једна битна ствар у пословању је да немате превелик апетит – профит би требало да буде најмањи могући! Мени моји пријатељи говоре да радим „цабе“, али ја сматрам да је то релативно. Ако сам обезбедио посао за себе, за своју супругу, за своје ћерке, зетове, синовца и бројне сараднике, то је велики успех. Ако

решавам проблем својим муштеријама то је други степеник, а трећи је – ако таквим понашањем данас имам неколико хиљада купаца онда и то по мало на крају буде лепа гомилица која вам омогућује да фирму полако развијате. Човек мора да има меру, још су нас преци учили да је скромност једна од врлина – истиче наш саговорник.

КМН данас има око 500 домаћинстава као своје добављаче. У самој фирми запослено је око 120 радника, у две малопродаје у Чачку и једној специјализованој продавници у центру Београда, производњи и администрацији.

Савремено и традиционално

– Ако узмете у обзир све наше раднике и сараднике са својим породицама ту имате око 2.000 људи који „једу хлеб“ захваљујући овом нашем труду и неспавању. Ја ту видим спас за целу земљу! Мислим да је наша шанса у овоме што нам је Бог дао, јер где год у Србији баците семе, нићи ће нешто. Ми смо то у највећој

мери претворили у коров, уместо да искористимо прилику – сматра саговорник Економетра.

У асортиману КМН-а налази се све: од салата, чорба и супа, преко готових јела, специјалитета од меса, рибе, пекарских производа, сухомеснатих производа, сира и кајмака, до слатког програма.

– Трудимо се да имамо све што је данас потребно на једној трпези, у једном домаћинству. Такође, радимо и кетеринг за одређене промоције у фирмама или установама, за породична славања, а средом, петком и за време поста нудимо и псони мени.

Према речима Милоја Стевановића, КМН има модерне машине и у производњи примењује савремену технологију, али се држе традиционалне рецептуре. Тако се сир „Жарковац“ и „Јулин млади кајмак“ припремају „исто као што су то деценијама чиниле баба Драгиња и нана Јула“. У свим продавницама и на свим производним линијама благовремено је уведен ХАСАП сертификат. Дневно се произведе око 1.700 килограма хране за више од две хиљаде муштерија.

Пословна политика фирме од почетка је била таква да производи имају приступачне цене. Када се упореде трошкови припреме хране у домаћинству – намирнице,



Квалитетно месо од проверених добављача

Млекара у родној кући

– У КМН-у је радио мој синовац Радосав, а онда смо дошли на идеју да се он врати код свог оца Сава, на село, и да се тако потрудио да се оцак на дому наших предака пуши што дуже. Помогао сам му да направи малу млеку у којој сада припрема сир и кајмак, онакве какве су правили моја бака и моја мајка. То су производи које нудимо у нашим продавницама. У тој млекури Гај, у Горачићима у Драгачеву, која је настала у нашој родној кући, ради десетак људи. Ту је и породица мог брата, а око 175 домаћинстава за њих свакодневно производе млеко – истиче Милоје Стевановић.

струја, вода, детергент и рад, та сума је по правилу већа од цене готових јела у КМН-у.

– Наше муштерије су врло брзо схватиле исплативост снабдевања код нас, а уз ниже цене тако штеде и своје време! Имамо редовне купце који код нас набављају и све за крсну славу и рекли су нам да на тај начин уштеде око стотинак евра. Наравно, веома им је битно и то што купују квалитетну храну.

Наследници спремни

Пре четири године КМН је одлучио да мало „изађе“ из Чачка и отворио специјализовану продавницу у Београду.

– То је за мене био изазов, желео сам да проверим наш бизнис на неком специфичном тржишту, ван Чачка. Други мотив је био то што сам хтео да се уверим да ли моја деца, ћерке и зетови, могу да носе овај озбиљан терет који смо до тада носили заједно. Тако смо се супруга и ја „склонили“ у Београд и за ове три године се уверили да су нам деца врло савесна и одговорна и да са великим задовољством можемо да кажемо да смо од њих успели да направимо врло озбиљне и одговорне привреднике – поносан је Милоје.

Он је задовољан развојем бизниса у Београду, а каже да конкуренција постоји



У асортиману КМН-а налазе се и пекарски производи

у оба града, али да је коректна тржишна утакмица увек добродошла, јер у послу не сме да буде уљуљкивања. КМН је у Чачку чак и помагао људима који су отварали радње у непосредном окружењу, слао им раднике за аранжирање продавнице, уступао софтвер. Говорили су му да ради против себе, али саговорник Економетра тврди да за све има места под сунцем.

Главни проблем – пословни амбијент

КМН годишње јавним предузећима и држави уплати око 95 милиона динара на име пореза, ПДВ-а, доприноса за запослене и за рачуне јавним предузећима, „без секунда доцње“. Према речима Милоја

Стевановића, највећи проблем са којим се сусрео током више од две деценије половања јесте „опструкција чиновника у државним институцијама који се не разумеју у посао који раде“.

– Имао сам идеју да у околини Чачка и у Драгачеву направим 11 малих фирми и желео сам томе да посветим свој живот, али сам онда, приликом оснивања млекарне Гај, 13 месеци чекао на простопрширену реченицу са насловом „Решење“. То ми је направило штету од 56.000 немачких марака јер сам све то време морао сељацима да исплаћујем премије за млеко својим средствима, пошто због кашњења решења нисам могао да остварим право на рефундацију.

Када су почели да праве готову храну, КМН је добио чак и решење о забрани тог посла. Једини проблем заправо је било то што чиновници нису знали како да класификују делатност која до тада није постојала „у књигама“. Зато Милоје истиче да је главни проблем за развој предузетничких активности – пословни амбијент.

– Ову земљу саплићу незнање и некомпетентност. Институције друштва требало би да помажу људима који стварају, а не да их саплићу. Такође би требало створити равноправне услове за све привреднике, што до сада није био случај. Страни инвеститори су привилеговани у односу на нас домаће, исти је случај и са партијским кадровима у односу на аполитичне привреднике којима припадам.

Саговорник Економетра верује да ће КМН опстати уколико наставе да се часно и поштено баве својим послом. Планирају да и даље напредују корак по корак и немају амбиције да постану велики систем. Желе само да буду породична фирма са коректним сарадницима.

– Ми заправо имамо неколико породица – једну чини нас дванаесторо у ужој фамилији, који морамо запети из петних жила; друга породица смо ми и наши запослени радници, који морају примити плату првог у месецу; у трећој су и наши кооперанти који свој труд уложен у производе које нам испоруче наплаћују одмах, а најшира породица подразумева и све наше потрошаче који су сигурни да нема преваре у квалитету, на мери, на цени. Са њима смо створили један узајамни однос поверења и трудимо се да то повећање оправдамо. Само док се тако будемо понашали успеваћемо у послу – закључује у разговору за Економетар Милоје Стевановић, власник КМН-а.

Марко Андрејић