

ULAGANJA OD 36 MILIONA EVRA U 2024. GODINI

Investicije u održivi rast oblikuju budućnost biznisa

Intervju

Saša Marković

generalni direktor Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

Kraj godine donosi osvrt na globalne ekonomske izazove i umereni poslovni optimizam.

Prognoze MMF-a ukazuju na umanjene rizike recesije, zahvaljujući padu inflacije i stabilizaciji cena. Međutim, ekstremni klimatski uslovi značajno su uticali na svetsku ekonomiju, a naročito poljoprivredu, gde su suše doprinele slabijem rodu, ograničenoj dostupnosti, pa samim tim i rastu cena poljoprivrednih kultura. Cene smrznutog koncentrata soka od pomorandže, na primer, bile su najviše u poslednjih 60 godina otkako se njime trguje na Njujorškoj berzi, što je posledica prepolovljenog roda kod svetskih proizvođača kao što su Brazil i SAD.

U takvim okolnostima, zelena tranzicija u prehrambenoj industriji postaje ključna reč i pokazuje kako investicije u cirkularnu ekonomiju dugoročno utiču na održavanje konkurentnosti. U Srbiji, kompanije poput Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora kontinuirano investiraju u stabilan rast, dostižući ulaganja od 36 miliona evra, samo u 2024. godini.

Saša Marković, generalni direktor, ističe važnost ulaganja u sve aspekte biznisa, od uvođenja digitalnih tehnologija u svakodnevne operacije, preko investiranja u razvoj potencijala i ekspertize zaposlenih, do cirkularnosti, gde svaki od ovih segmenata otvara novo polje rasta.

Koje oblasti su bile u fokusu investicionog ciklusa za Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora u 2024. godini?

- Kompanija Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora prepoznata je na nivou Hellenic grupe, koja uključuje 29 tržišta, po snazi svog portfolija i posvećenosti našeg tima izvrsnosti u aktivaciji na terenu, ali i po prilikama da investiramo u održive biznis modele koji su veoma važni da ojačamo našu konkurentnost i adekvatno odgovorimo na ekonomske prilike u svetu. Nakon snažnog investicionog ciklusa u naše punionice vode u Surdulici i Neresnici, ove godine uložili



Foto: Mitar Mitrović

puno spremni za svoje uloge, u veoma kratkim rokovima.

Kako su se promene u vašem 24/7 portfoliju ove godine odrazile na rezultate prodaje?

- U prvih devet meseci 2024. godine zabeležili smo rast prodaje od pet odsto u odnosu na prethodnu godinu u svim ključnim kategorijama, uključujući gazirana pića kao što su Coca-Cola i Coca-Cola Zero, Sprite, Fanta i Schweppes. Veoma značajan rast dolazi iz naših novih proizvoda - Rosa Homolje gazirana voda konstantno raste zahvaljujući kvalitetu proizvoda i snazi Rosa brenda, pa je za samo dve godine osvojila veliki tržišni udeo, ali i lojalne potrošače. Beležimo izuzetne rezultate sa inovacijama u kategoriji energetskih pića, kao što su Monster i Ultra, kao i kod Powerade sportskog pića, čiji je rast takođe dvoциfren. Reč je o proizvodu formulisanom za optimalnu hidrataciju koji sve više osvaja poverenje sportista, što smo imali prilike da vidimo na ovogodišnjem Beogradskom i Podgoričkom maratonu, sa kojima imamo dugogodišnju saradnju. Coca-Cola Zero nastavlja da bude lider u kategoriji gaziranih pića bez šećera, dok novo izdanje Fanta Orange Zero takođe ostvaruje odlične rezultate. Ove godine u naš portfolio stigla su i tri premium brenda: Finlandia votka, Three Cents i Bacardi, u okviru saradnje sa ovim brendom, čime dodatno širimo ponudu i pružamo potrošačima još bogatiji izbor za svaki trenutak u toku dana.

U oktobru 2024. ste preuzeli upravljanje Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora, dolaskom sa rukovodeće pozicije u Bugarskoj. Kakva iskustva donosite u radu na različitim tržištima?

- Imao sam sreću da stičem iskustva na različitim tržištima, od regiona, zemalja EU, Sjedinjenih Američkih Država, do naše poslovne jedinice u Srbiji i Crnoj Gori. Naučio sam da, bez obzira na veličinu jednog tržišta, uvek postoji prostor za rast, a od nas se očekuje da bude-mo jedan od nosilaca tog rasta. Coca-Cola HBC je posvećena kontinuiranom unapređenju, ne samo rezultata, već i servisa klijenata, poslovne infrastrukture, a ponajviše svojih kadrova. Time osiguravamo našu ulogu pouzdanog poslovnog partnera u celom lancu snabdevanja, a zaposlenima priliku da ostvare svoj pun potencijal kroz rad u multinacionalnom okruženju.

smo značajna sredstva u unapređenje proizvodnih kapaciteta i širenje skladišnog prostora u punionici u Beogradu.

Kao dva najveća projekta u Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora izdvojili su se nova linija za proizvodnju limenki i izgradnja automatizovanog magacina u Beogradu. Kakve promene u operacijama donose oba projekta?

- Investicije u novu proizvodnu liniju za limenke, prvu te vrste u Coca-Cola HBC grupaciji, kao i u izgradnju automatizovanog skladišta, sprovodimo sa idejom povećanja efikasnosti, optimizacije procesa i troškova, dok nam istovremeno omogućavaju da na domaće tržište donesemo inovacije koje su i održive i obezbeđuju pravi odgovor na konstantan rast potreba tržišta. „SmartCan“ linija značajno uvećava naš kapacitet, a vreme potrebno za

promenu proizvoda na liniji se skraćuje za 60 odsto, čime se ubrzava i isporuka ka krajnjim kupcima. Nova linija donosi i različite formate limenki, što nam otvara priliku da od sledeće godine u Beogradu proizvodimo više brendova iz našeg portfolija. Paralelno, automatizovani magacin, čija je izgrad-

OVE GODINE U NAŠ PORTFOLIO STIGLA SU I TRI PREMIUM BREND: FINLANDIA VOTKA, THREE CENTS I BACARDI

nja u toku, proširuje kapacitet skladištenja za 70 odsto i udvostručuje prostor za utovar robe, a automatizacija procesa, koja uključuje transportne trake i robotizovane skladišne jedinice, omogućava brzo i precizno premeštanje robe unutar magacina. Razvijamo kapacitete

naše punionice u Beogradu sa ciljem da pojačamo konkurentnost i obezbedimo još kvalitetnije uslove za proizvodnju i izvoz i na tržišta van naše poslovne jedinice.

Tehnologija menja način na koji posluje - od terena do analitike. Koje inovacije donosite u prodaju i komunikaciju sa kupcima?

- Sa našim kupcima tradicionalno gradimo dugoročne partnerske odnose i to potvrđuje visok NPS rezultat, što znači da veoma visoko rangiraju saradnju sa nama i preporučuju nas kao pouzdanog poslovnog partnera. Tome doprinosi i naša sposobnost da brzo i jednako kvalitetno odgovorimo na njihove potrebe, u najvećem broju slučajeva već u roku od 24 sata. Efikasnost u radu smo postigli automatizacijom, zahvaljujući kojoj se više od 50 odsto narudžbenica automatski generiše kroz napredne alate kao što su „E-mail to Order“, B2B portal i elektronski prenos dokumenata, čime oslobađamo naše timove na terenu da više vremena posvete saradnji sa kupcima. Uvođenjem prediktivnog AI-a unapređujemo procese prodaje i bolje razumemo gde su nam prilike za dodatne transakcije. Uskoro pokrećemo i Akademiju prodaje u Metaverzumu, omogućavajući novoza-poslenim kolegama da steknu potrebna znanja i postanu pot-

Investicije za buduće uštede

Velike investicije su realizovane na polju simplifikacije procesa i digitalizacije poslovanja, dok smo istovremeno na tržište doneli veći broj inovacija na polju pakovanja u okviru naše zelene agende. Investicije nam u perspektivi donose značajne uštede. Ulažemo danas, sa uverenjem da ovo nisu projekti koji donose „lake poene“, i mi ih ne očekujemo. Svesni smo da prelazak na cirkularni model odavno nije stvar izbora, a kada i jasnije sagledamo zahteve tržišta, buduće generacije potrošača i globalne promene, uveliko se pripremamo i prilagođavamo budućim uslovima poslovanja.