

Več od biznisa, združujemo poslovneže, informacije in priložnosti iz 6 držav

Z nižjimi davki bi bila Croatia Airlines dobičkonosna

Izvršni direktor Turkish Airlines o tem, zakaj mora Croatia Airlines ostati v domači lasti in kaj mora vlada storiti za gospodarsko rast

F IVANA ZOBNICA, BIZNIS PLUS
finance@finance.si

Ena najmočnejših turških družb Turkish Airlines je v zadnjem desetletju doživela pravo renesanso. Skozi preoblikovanje jo vodi izvršni direktor Temel Kotil, sicer aeronavtični inženir. Vodja drugega največjega turškega podjetja govori o potencialih hrvaškega trga, zakaj niso zainteresirani za naložbe v Croatia Airlines in kako je Turkish Airlines, nekdanji državni izgubar, postal eno izmed najhitreje rastočih podjetij na svetu z 275-odstotno rastjo v zadnjem desetletju.

■ Kako vidite hrvaški trg?
Zaznavamo povečano število poletov na Hrvaško, v Bolgarijo, Romunijo in Ukrajino. Tam veliko bolj sprašujejo po poletih v Turčijo, in sicer tako turisti kot poslovneži. S Hrvaškega je v Turčijo vsak teden 14 poletov, seveda pa se pri tem ne bomo ustavili, hočemo jih še več. Po mojem mnenju ima Hrvaška svetlo prihodnost in verjemite, da rast niti te države ne bo obšla. Svet je v pravem pomenu besede postal globalen.

■ Ste že poskušali sodelovati s Hrvaško turistično skupnostjo in agencijami pri transferju gostov z oddaljenih destinacij?
Trenutno se ukvarjamo prav s tem. Do zdaj nismo imeli potovanja iz Hrvaške v azijske države. S temi institucijami sicer smo sodelovali, a lahko storimo več. V Aziji smo zelo močni, na Kitajskem, v Indoneziji, na Japonskem, v Indiji, in morda bi jim lahko ponudili več možnosti, da pridejo na Hrvaško.

■ Država bi privatizirala Croatia Airlines. Ali Turkish Airlines zanima nakup?
Ne, lokalni promet nas ne zanima. Sicer je imel tudi Turkish Airlines težave pri poslovanju in je bil izgubar, a za spremembo je potreben čas in država lahko tukaj veliko stori. Turčija je imela 20-odstotni davek na storitve letalskih prevoznikov, dokler niso leta 2003 odpravili vseh davkov za vsa svetovna podjetja, ki letijo v Turčijo. Hkrati je Turčija nadaljevala naložbe v infrastrukturo. Menim, da bi tudi vaša vlada morala prevoznike podpreti v podobni obliki, ne pa finančno, saj to lahko družbo »ubije«. Ob finančni podpori se jim ni treba truditi, biti konkurenčni in služiti, saj denar v vsakem primeru dobijo.

Druga stvar, letalski prevoznik mora imeti dobro poslovno strategijo. Če ste majhen igralec, igrajte na malo, če pa ste veliki, se morate usmeriti k velikim izzivom. Sicer propadete.

■ Vaše sporočilo torej je, da bi morala Hrvaška za gospodarsko rast znižati davke?
Tako je. Če jih Turčija ne bi znižala, ne bi imela toliko turistov in takšne rasti.

■ Kje vidite priložnosti za rast?
Preostanek sveta se razvija in raste. Pojdite v Azijo ali Afriko. Vsi bi morali obiskati Afriko, ki ima milijardo prebivalcev. To je še posebno zanimiv primer, saj trenutna kitajska rast izvira iz afriških virov in držav. Verjemite, da bo čez 20 ali 30 let Afrika končno začela upravljati svoje vire, in ne dvomim o prihodnjem afriškem gospodarskem razvoju. Zato tam vidimo veliko priložnost. Afrika je bogata z diamanti, zemljo, nafto. Največji viri sladke vode ležijo ravno v Afriki, še iz ledene dobe. Na globini 20 metrov je v Sahari najti vodo. To so veliki viri, vendar se morajo zadeve pravilno urediti. Potrebujemo izobraževanje, denar, tehnologijo ... Vse bo sčasoma prišlo. Zato je za nas pomembna pokritost afriškega trga.

■ Obstajajo destinacije, ki za Turkish Airlines niso bile donosne?



Obstaja močna povezava med potovanji in gospodarsko močjo. Kdor želi biti uspešen, mora potovati. Potovanje stane, a tudi prinaša denar.

■ Temel Kotil, izvršni direktor Turkish Airlines

Po uvedbi povezave iz Istanbula v pet ur oddaljeno Lizbono nismo imeli veliko prometa, saj ni bilo veliko poslovnih vezi med državama. Vendar nam ni prišlo na misel, da bi jo opustili. Zdaj lahko sponosom rečem, da je zanimanja toliko, da imamo danes redne polete dvakrat na dan. Vsaki destinaciji je treba dati čas, da si opomore in se okrepi, to ne gre čez noč. Včasih tveganja prinesejo izgube v poslovanju, vendar smo veliko podjetje in to lahko prenesemo. V kratkem času ni mogoče doseči veliko, treba je počakati.

■ Vsako veliko podjetje potrebuje upravljanje blagovne znamke. Koliko denarja porabite za trženjske dejavnosti?
Lani smo za upravljanje blagovne znamke, oglaševanje in sponzorstva porabili skoraj 110 milijonov evrov. Za pri-

merjavo, vsemu temu smo leta 2005 namenili le 3,6 milijona evrov. Prepričani smo, da je ta oblika naložb potrebna za poslovanje. Kako bi drugače pritegnili prebivalce, v katerih državo prvič prihajate poslovati, če ne s trženjem! V vsaki državi in na celini drugače oglašujemo, zato reklama za katero od evropskih držav ne more biti enaka kot za Afriko, saj preprosto ne bo uspešna. Zavedamo se, da so potniki ključ do uspeha, brez njih ne bi bilo nič mogoče. Nacionalnost nam ne pomeni ničesar, pomemben je posel, okoli katerega se vse vrti. Ljudje želijo dobre povezave, ugodne cene in odlične storitve. Če nas ne bi cenili, ne bi ne poslovali ne potovali z nami. In če ne potujejo z nami, ne obstajamo. Zato je skrb za potnike za nas najpomembnejša.

POSLOVNEŽI IZ 6 DRŽAV NA ENEM MESTU ZA VEČ BIZNISA

Zagreb, hotel Westin

četrtek, 06. 03. 2014

13.00 - 13.30	REGISTRACIJA UDELEŽENCEV
13.30 - 14.00	ODPRTJE SREČANJA Goran Ružić, direktor Novem publishinga (Business.hr) Plamenko Cvitič, glavni urednik Business.hr Eric Olcott, Deloitte, glavni partner za Adriatic regijo Mladen Miković, vodja Biznis plusa Milan Bandić, župan Zagreba
14.00 - 15.30	» DA JMO KONKRETNO « - KAJ HRVAŠKA PONUJA TUJIM VLAGATELJEM, KJE JIH POTREBUJE IN MOŽNOSTI SODELOVANJA Z DOMAČIMI PODJETJI 1. del: predstavniki hrvaškega ministrstva za gospodarstvo/ Agencije za naložbe in konkurenčnost Boris Cota, Urad predsednika Republike Hrvaške, direktor za gospodarstvo 2. del: predstavitev imenov/ponudb/povpraševanja udeležencev srečanja
15.30 - 16.30	KJE SO SREDSTVA ZA RAZVOJ BIZNISA IN KADROV TER KAKO HITREJE DO NJIH Marja Tufekčić, Plavi partner, izvršna direktorica Ružica Gelo, HGK, direktorica Centra za EU Ivica Perica, Deloitte, višji menedžer poslovnega svetovanja Nataša Mikuš Žigman, Središnja agencija za financiranje i ugovaranje, vodja
16.30 - 17.00	ODMOR ZA KAVO/PRIGRIZEK
17.00 - 17.15	VAŠA BESEDA Gorenje o logični izbiri
17.15 - 18.30	KAKO SODELOVATI Z VEČJIMI SISTEMI Tanja Skaza, Plastika Skaza, direktorica Ivan Špoljarić, TVIN Virovitica, direktor* Darko Šket, Pevec, predsednik uprave* in drugi
18.30 - 20.00	VNAPREJ DOGOVORJENA SREČANJA/SPREHOD PO GORNJEM GRADU IN KAVA V RITMU MESTA
21.00 -	VEČERJA

petek, 07. 03. 2014

08.30 - 10.00	DRUŽENJE/VNAPREJ DOGOVORJENA SREČANJA
10.00 - 12.00	KAKO BOLJE RAZVITI TURIZEM V REGIJI - MNOŽIČNI, LUKSUZNI, ZDRAVSTVENI ALI SO NA JVEČJI POTENCIAL TURISTI OD DALEČ? Predstavniki regijskih turističnih podjetij*: Sunčani Hvar, Valamar, Maistra, Dubrovačka rivijera, Sava Turizem, Istrabenz Turizem, Montenegro Stars, Porto Montenegro in drugi Predstavniki hrvaškega ministrstva za turizem
12.00 - 12.30	ODMOR ZA KAVO/PRIGRIZEK
12.30 - 12.45	VAŠA BESEDA Termin za sponzorja/predstavitev lokalnih možnosti/ diamantnega člana kluba Biznis plus
12.45 - 13.30	PRAVI POGLED - Deloitteovi nasveti za boljše poslovanje Dražen Nimčević, Deloitte, partner za davčno svetovanje
13.45 - 14.45	KAKO PREPOZNATI POTENCIALE MED NAMI IN ZAKAJ POCENJUJEMO SEBE, SVOJE DRŽAVE, REGIJO IN POSLOVNE PRILUŽNOSTI Maja Ljubić, Regionalni center za razvoj SEECEL, namestnica vodje Zoran Milivojević, psihoterapevt
15.00 - 15.15	POZDRAVNI GOVOR IN UVODNE BESEDE dr. Ivo Josipović, predsednik Republike Hrvaške
15.15 - 17.15	SKUPAJ NA TRETJE TRGE Tamara Obradović Mazal, Urad predsednika Republike Hrvaške, svetovalka za gospodarstvo Zvonko Ivanušić, Sava Re, predsednik uprave Dražen Nimčević, Deloitte, partner za davčno svetovanje predstavniki Mercatorja* predstavniki Gorenja* predstavniki Energoinvesta*
17.15 - 17.30	VAŠA BESEDA Termin za sponzorja/predstavitev lokalnih možnosti/ diamantnega člana kluba Biznis plus
17.30 - 18.30	DRUŽENJE/VNAPREJ DOGOVORJENA SREČANJA
20.30 -	VEČERJA IN ZABA NA JARUNU

Op.: *udeležba se ni potrjena



Več informacij na
www.biznis-plus.com/klub
mladen.mikovic@finance.si
01 / 30 91 502



Berete del vsebine regijskega portala z informacijami in priložnostmi v regiji, ki ga prebirajo v več kot 2.500 podjetjih v 6 državah JV Evrope.
www.biznis-plus.com

Prijatelji dnevnega pregleda regije:




najboljši sosed



Prijatelj regijskega poslovnega kluba:

