



МИШЕЛ ОСМАНЛИ

директорка на AmCham, Американската стопанска комора во Македонија

**ЦЕЛТА НИ Е
ДА ИЗГРАДИМЕ
БИЗНИС-СРЕДИНА
СО ЕДНАКВИ
ШАНСИ ЗА УСПЕХ!**

“Сакам да нагласам дека не примаме финансии од некое странски асоцијации или влади, бидејќи не сме странски ентитет наметнат во Македонија, туку сме локална организација, која го претставува она што нашите членови го бараат од нас. Целта на формирањето на AmCham беше да донесе нешто ново во бизнис дијалогот и во бизнис заедницата, да им се покажат на луѓето нови начини на одржување на состаноци, нови начини за поставување и решавање на проблемите со владините претставници. Исто така, целта беше да се создаде мрежа за домашните бизниси и странските инвеститори, со цел тие да можат да ги подобрат своите бизниси преку заедничката соработка

Maја Бајанска
bajalska@kapital.com.mk

■ На кој принцип функционира AmCham, кои се нејзините главни активности и целта на постоење?
Османли: Ние сме целосно финансирани од нашите членови, кои го оценуваат она што го работиме и плаќаат за нашите активности односно го овозможуваат нашето постоење. Сакам да нагласам дека не примаме финансии од некои странски асоцијации или влади, бидејќи не сме странски ентитет наметнат во Македонија, туку сме локална организација, која го претставува она што нашите членови го бараат од нас. Целта на формирањето на AmCham беше да донесе нешто ново во бизнис-дијалогот и во бизнис-заедницата, да им се пока-

жат на луѓето нови начини на одржување на состаноци, нови начини за поставување и решавање на проблемите со владините претставници. Исто така, целта беше да се создаде мрежа за домашните бизнисмени и странските инвеститори, со цел тие да можат да ги подобрат своите бизниси преку заедничката соработка. Има одредени правила како бордот на директори на AmChat може да биде организиран. Мнозинството треба да се состои од американски граѓани или преставници на американски компании. Останатите можат да бидат македонски компании, странски компании, нема ограничувања. Некогаш името ни е една од најголемите пречки, затоа што на повеќето луѓе им асоцира дека во AmChat членуваат само американски компании, но не е така. Како организација AmChat во Македонија и секаде во светот функционира на ист начин без разлика колку членови има. Ние сме основани во 2000 година, акредитирани од Американската стопанска комора со седиште во Вашингтон ДС. Тие секоја година ни го одобруваат нашиот план на активности, нашиот буџет, нашата стратегија, за да се осигураат дека се во согласност со нивниот генерален концепт на работа.

Програмата на AmChat вклучува социјални настани, некои интерни настани само за нашите членови. Секој нов член кога ќе пристапи во организација, му даваме можност да им се претстави на останатите компании членови со тоа што организираме коктел за “добредојде”. Имаме настани за учење, еден од нив се вика “Business Today” на кој се обидуваме да елаборираме некоја тема која им е интересна на бизнисмените членови. Работиме настани од областа на корпоративната социјална одговорност, им помагаме да ја сфатат терминологијата, затоа што многу често луѓето се збунети само поради тоа што станува збор за термин на друг јазик. Но кога ќе се објасни, излегува дека е прилично едноставен термин, а луѓето во бизнисот од каде и да се, зборуваат на ист јазик, тоа е јазикот на бизнисот.

Во продолжение нудиме бизнис-форуми, кои не се толку настани за учење, колку што се можност за разменување искуства на одредена тема. Како пример, настанот за недвижности кој есенва се одржа беше интересен бидејќи имавме странски инвеститори кои веќе работат во Македонија, како и еден американски инвеститор кој работел во регионот, а заинтересиран е и да работи во Ма-

кедонија. Затоа што сме AmChat и затоа што луѓето разбираат што е AmChat лесно ни е да донесеме на некој настан уникатни гости, сосема спонтано и неформално. Тоа се често луѓе кои ја оценуваат Македонија како место за потенцијална инвестиција. Последниот форум беше посветен на напорите во Македонија да се подобри конкурентноста. Имавме претставници од претприемачкиот сектор, од владината Агенција за развој на претприемништвото и од последниот проект за конкурентност на УСАИД. Секако после секоја презентација имаме и простор прашања и одговори. Последната работа која ја правиме се Leadership Luncheons на кои покануваме политички личности од американската амбасада, како и личности од македонската и интернационалната политичка елита. Тие имаат излагање, одговараат на прашања од публиката и многу често остануваат и на ручек и тоа им овозможува на нашите членови поблизок пристап до политичарите и можност да им се обратат директно.

■ Како се одбираат компаниите членки? Колку членови има AmChat моментално и дали постои тенденција за зголемување на вкупниот број членови?

Османли: Моментално имаме 126 членови-компани. Очигледно е дека, засега нема голем број американски гринфилд инвеститори во Македонија. Имаме тенденција да ги претставуваме средните и големите компании во земјата, и домашни и странски. Пристапувањето се прави со апликационен процес каде компанијата дава податоци за својот бизнис. За обртите што ги прави, за бројот на вработени, за бизнис моделите кои ги применува. И потоа тоа е предмет на одобрување од страна на бордот на директори. Тие гледаат дали компанијата е во согласност со нивната стратегија, дали работи легално, дали се респектирани, дали имаат идеја што AmChat може да направи за нив и зошто се приклучуваат, дали целта им е само да му продадат нешто на AmChat членовите или можат некако да придонесат за развојот на организацијата.

■ AmChat е организација која пред сè работи на подобрување на локалната бизнис средина. Но, со оглед на тоа што дел од членството е мешавина од странски компании, меѓу кои и американски, евидентно е дека на некој начин им помагате на домицилните-бизниси да се поврзат со американската бизнис

заедница. Како оди тоа?

Османли: Работата на AmChat не е да привлекува странски инвеститори во Македонија, туку едноставно да обезбедува форум за одредени прашања кои им се важни на нашите членови и кои преку нивниот ангажман во организацијата влијаат да ги подобрат условите за бизнис во локалната средина. Од друга страна, со самото тоа што се членови, на компаниите им е даден пристап до странските инвеститори кои доаѓаат на форумите кои ги организираме. На разните настани всушност им се дава шанса на нашите членки да разменат искуства со преставниците на странските компании и мислам дека тоа е главниот мост кој го градиме, мост на идеи. Можеби најголемата придобивка од членството во AmChat за компаниите е што самото идентификување како членка на оваа организација, гарантира дека станува збор за добра компанија. Добрата репутација во пракса им помага на компаниите да го направат иницијалниот контакт со странски партнери. Ние можеме само да потврдиме ако не прашаат за референците на компанијата наша членка. На ниво на AmChat коморите во регионот пак, воопшто не претставува проблем компаниите да се поврзуваат меѓусебно. Генерално, мислам дека членството во AmChat создава добар имиџ и му дава додадена вредност на бизнисот. Можеби најголемата придобивка за AmChat за компаниите е фактот што самото нивно членување праќа порака за нивната залажба кон етичките деловни практики, во насока на подобрување на локалното опкружување и желбата да учат од други. Понатаму, регионалната поврзаност на компаниите може лесно да се оствари преку AmChat мрежата. Генерално, мислам дека членството во AmChat создава добар имиџ и му дава додадена вредност како материјален, така и нематеријален аспект во водењето на нивните бизниси.

■ На кој начин соработувате со интернационалните организации во земјата кои работат на проекти од областа на економијата и се занимаваат со слични прашања како и AmChat?

Османли: Македонија е мала колку што е, па така и бизнис-заедницата е мала, но затоа е полна со меѓународни бизнисмени и институции, што е предност од една страна, но може да биде збунувачки од друга, ако се земат предвид сите настани и панели кои се организираат во Скопје. Мислам дека AmChat во оваа

ситуација може да биде филтер и дека може да ги организира настаните во понитимна атмосфера што е попрактично, а ќе придонесе да бидат поуспешни. Искуството покажува дека малите настани каде има помали групи луѓе, за разлика од огромните форуми, се далеку поефективни за бизнисмените како индивидуи и за нивните интереси. На AmCham понекогаш му се обраќаат институции како Светска банка, како USAID, кои веќе имаат некој проект што е во тек и од нас бараат школски пример (case study) кој би послужил во објаснувањето, а тој пример секако е од редовите на нашите компании членки. Ние им кажуваме на нашите членки зошто е корисно за нив да влезат во вакви настани. Кога гледаме дека настанот е масовен и дека нема да има ефект за нив, не притискаме да се согласат на учество. Но ако е добро за нив, тогаш им предлагаме да станат дел од некој јавен настан.

■ Кои се најголемите пречки со кои компаниите, ваши членки, се соочуваат и според тоа кои се главните теми кои ги обработувате

на настаните што ги организирате? Османли: Темите се различни, но во сите се провејува еден ист тон, а тоа е подобрување на условите за водење бизнис за сите субјекти. Со оглед на тоа што странските компании имаат проблеми да го сфатат системот на функционирање на државните институции, целта на нашата активност е да придонесеме бизнис -околината да стане на исто рамниште како и во странство. Да им бидат јасни тендерските постапки, кога Владата на пример ќе објави тендер, да бидат известени кој го добил тендерот, да знаат во што згрешиле доколку тие не се одбрани во тендерската процедура итн. Многу од овие бирократски процеси не се транспарентни и нема повратни информации дали сте ја направиле вистинската работа. Ова е збунувачки за локалните бизниси, а замислете колку е збунувачки за странските бизнисмени, кои работат надвор од својата земја и немаат никакви информации. Целта ни е да се подобри бизнис средината со тоа што ќе се воспостават слични стандарди за водење бизнис во Македонија, Буга-

рија, Романија и во сите дрги земји во регионот и пошироко. Да се направи да постои ист третман за секој бизнис, да нема привилегирани ситуации каде некоја компанија добива нешто само поради тоа што има врски или поради тоа што го работела нештото претходно. Сите да имаат еднакви шанси за победа, сите кои сакаат да инвестираат во Македонија.

■ Кои се новините кои AmCham ги планира за во Новата година? Кои ќе бидат главните фокуси на организацијата во следниот период?

Османли:Во следните неколку години целта ни е вистински да го претставуваме нашето име AmCham Македонија. Тоа значи да го прошириме кругот на бизнис членови и надвор од Скопје. Да прераснеме во нешто поголемо од само скопската бизнис- заедница. Затоа повикуваме членови од цела Македонија и веќе почнуваме да правиме настани низ целата земја.

Поврзано со ова, сакаме да го прошириме нашето членство вклучувајќи ги си-

FREELANDER 2 Секогаш подготвен за авантура.

Затоа ние ја авантурата со новиот Freelander 2. SUV кој постави нови стандарди во компактната премиум класа. Во изведба со целосно-новиот 2,2 литарски турбо дизел мотор со моќност од 160 KW и неверојатен вртежен момент од 400 Nm при 2000 вртежи во минута, Freelander 2 нуди исклучителна комбинација од перформанси, рафинираност и економичност (просечна потрош. од само 7,5л/100км). Почувствувајте ја слободата да одите каде сакате, кога сакате. **Заважете пробно возење уште денес.**

Максикор продажба: Илинденска бр. 9, 1000 Скопје, тел./факс: 02 3110 073, e-mail: sales@maxicor.com.mk



GO BEYOND

те странски инвеститори, а не само со американските.

Ние исто така имаме за цел да ја зголемиме нашата лобирачка улога во 2008 година. За почеток три Комитети ќе почната да работат во престојната година. Тие ќе бидат можност за нашите членови кои се заинтересирани за одредена област да се јават како експерти и да направат стратегија за тоа како треба да се работи за да се подобри вкупната ситуација во областа. Активностите на секој од Комитетите ќе биде воспоставување на блиски релации со клучните владини и интернационални институции, помош во изготвувањето и примената правните одредби во делот на нивната дејност.

Нивна цел треба да биде учество во изготвувањето и носењето на релевантното законодавство. Исто така, нивните напори треба да се состојат и од учество во најразлични образовни, едукативни и настани за размена на информации наменети за сите групи и институции кои се бават со нивната сфера. Првиот комитет ќе се фокусира на “Корпоративното управување”. Ова е “жешко” прашање во моментот и на настаните кои ќе ги организираме ќе ги објаснуваме сите работи поврзани со одговорното, транспарентното и предвидливо управување со компаниите. Втората област ќе биде “Заштита на интелектуалната сопственост”. Многу им е важно на нашите членови да не им се крадат трговските марки или софтверот и слично. Третата област ќе биде “Развој на работната сила”. Во овој дел можеме многу да придонесеме, бидејќи имаме членови кои се дел од образовната сфера или пак имаат вештини да пренесат некаков вид на едукативно искуство за одредена индустрија. Сакаме да ги поддржиме нашите членови во насока на подобрување на знаењата и работните вештини на нивните сегашни и идни вработени.

Веќе е инвестирано и се работи на стратегии на овие три главни теми на кои ќе се концентрираат нашите активности во следниот период. Комитетите се пракса во сите AmCham комори. Сега ги составуваме групите, а во јануари ќе се избира лидер на секој комитет, за напролет да станат оперативни.

■ Во што е привилегијата да се биде член на AmCham? Дали компаниите-членки се можеби најпрогресивниот дел од македонската бизнис заедница?

МАКЕДОНИЈА Е ОГРОМЕН ПРЕДИЗВИК ЗА МЕНЕ!

Мишел Османли е на позицијата директор на AmCham е шест месеци. Османли е Американка омажена за Македонец. После 10 години заеднички живот во Вашингтон во САД, двојката одлучила да се пресели во Македонија, бидејќи како што вели Османли, процениле дека Македонија е подобро место за одгледување на деца. Османли е магистер по економија. Работела како постар консултант во Bearing Point поранешен KPMG Consulting, како и на различни проекти за “Стејт департментот” на САД.

“AmCham Македонија ми даде можност да се вратам да работам на она што го учев, а тоа е економскиот развој. Драгањето во Македонија за мене е позитивно на приватен план, затоа што е подобро место за растење на мојата малечка ќерка, а истовремено е огромен предизвик на професионален план”, објаснува Османли.



КОЈА Е АМСЧАМ?

American Chamber of Commerce е формирана во 2000 година во Македонија како локална бизнис-заедница во партнерство со претставници од Американската амбасада и бизнис заедницата. AmCham работи во насока на поддржување и унапредување на интересите на американските, меѓународните и водечките локални бизниси во Македонија и ја промовира конкурентноста во земјата.

Османли: Да, дефинитивно. Покрај тоа што во составот имаме голем број на странски инвеститори во Македонија и македонските компании-членки се едни од најуспешните, компании предводени од менаџери кои напредно размислуваат, кои разбираат што е предноста од членството и како тоа да го искористат за раст на својот бизнис. Тоа се компании што гледаат напред и размислуваат за иднината, а тоа подразбира да се има одредена ментална матрица.

■ Вие сте Американка која работи во Македонија и е опкружена со проблемите на локалната економија. Дали понекогаш кога одите во странство се чувствувате како економски амбасадор на земјава и како ја претставувате?

Османли: Кога сум во Македонија се чувствувам како да сум претставник на САД, а не сум. Додека кога сум во странство,

на еден начин ја преставувам македонската бизнис заедница. Кога странските инвеститори не прашуваат какви се условите за водење бизнис во Македонија ние секако сме искрени. Должност ни е да бидеме искрени, затоа што не сме агенција за односи со јавност која ги забавува работите. Нашата вредност е во објективноста. Дали некој може да направи пари овде, дали вреди да се инвестира? Она што сакам да го потенцирам е дека странските инвеститори кои имале позитивно искуство со Македонија се најдобрите “продавачи”. Им ги пренесуваат впечатоците на своите колеги кога ќе се вратат дома и тоа е најсигурната информација што тие можат да ја добијат. Тоа може да донесе илјадници инвеститори, многу повеќе од некоја реклама во која само велиме “Дојдете да инвестирате во Македонија”. 