

“Zasluge za srećnu i uspješnu porodicu dijelimo svi četvoro zajedno



NATAŠA STOJANOVIĆ Živim u skladu sa sobom, svojim poslom i svojom porodicom

U svom poslovnom svijetu uspješno objedinjuje ljubav prema modi i biznisu. Njen pristup poslu i životu temelji se na potrebi da svakog dana nešto unaprijedi i uradi nešto korisno

Piše **Marina Strugar**
Foto **Vesela Mišković**

Nataša Stojanović, vlasnica lanca butika Chic, više od 20 godina uspješno gradi preduzetničku karijeru. Promišljeno nadograđuje postojeću poslovnu priču, trudeći se da uvijek bude inovativna, spremna da

znalački i posvećeno odgovori zahtjevima tržišta. Predsjednica je i Odbora za trgovinu odjećom i obućom pri Uniji poslodavaca Crne Gore. Ostvarivanje sklada između porodice, posla i svojih htijenja postavila je kao prioritet.

Veoma mladi ste počeli preduzetničku karijeru. Šta biste danas rekli o toj odluci?
– Sve više uviđam koliko je to bila jedna od

onih “dobrih životnih odluka”. Suprug i ja počeli smo da se bavimo privatnim biznisom sredinom 90-ih, u veoma turbulentnim vremenima. Privatni biznis u Crnoj Gori tada je bio u povelju, a poslovni ambijent je bio potpuno neuređen. Biznis barijere, čije ostatke naše društvo vuče i 25 godina kasnije, postojale su na svakom koraku. Međutim, za našu porodicu, u tom momentu se to činilo kao jedini izbor. Primjera radi, kirija za stan koji smo

rentirali bila je u visini moje “potencijalne” plate u nekoj banci ili državnoj instituciji. Bilo je perioda kada sam razmišljala da se djelimično isključim iz porodičnog biznisa i da suprug nastavi sam uz moju malu podršku. O tome sam više puta razmišljala i u stabilnijim biznis fazama. Međutim, uvijek bih odustajala, jer bih uviđala da je to gotovo neizvodljivo, kako zbog dinamike našeg posla i čestih putovanja, tako i zbog djece i vremena, koje bi im u tom slučaju bilo oduzeto. Kako se posao razvijao, postajalo je nemoguće da ga jedno od nas samo vodi. Danas, poslije skoro 25 godina u privatnom biznisu, smatram da je to bila prava odluka.

Diplomirali ste na Ekonomskom fakultetu i objedinili postdiplomske studije. Da li prednost dajete teoriji ili praksi?

– Jedno bez drugog ne može. Praksa počiva na teoriji, a teorija se primjenjuje u praksi. Svaki biznis počiva na ekonomiji i njenim postulatima. Smjer Preduzetništvo na fakultetu, kao i na postdiplomskim studijama, bio je moj logičan izbor, jer sam već bila u privatnom biznisu i željela sam da steknem nova znanja i nadogradim postojeća. Smatram da su mi teoretska znanja mnogo pomogla u poslu kojim se bavim i stvorila dobru osnovu za napredak. Međutim, svjedoci smo mnogobrojnih veoma uspješnih biznisa, čiji nosioci ne posjeduju teoretska znanja, ali posjeduju preduzetničke i leaderske vještine. Stoga, blagu prednost, ipak, dajem praksi, smatrajući da u paru daju sinergijski efekat.

Predsjednica ste Odbora za trgovinu odjećom i obućom pri Uniji poslodavaca Crne Gore. Na koji način su vanredne mjere povodom epidemije uticale na biznise iz Vašeg esnafa?

– Smatram da se još nismo osvijestili od tornada koji je zadesio cijeli svijet, pa i nas, i da još ne možemo naslutiti posledice. Ova tema zahtijeva elaboraciju sa više strana, ali ću kratko pokušati da je obradim. Segment trgovine obućom i odjećom veoma je pogođen mjerama zbog epidemije Covid-a 19. Crna Gora nema tekstilnu industriju i sva se roba uvozi. Granice su od 15. marta zatvorene i direktna nabavka je onemogućena. Pogođeni smo, kao prvo, zbog toga što su nam radnje bile zatvorene skoro dva mjeseca, pa smo izgubili mogućnost da prodamo nabavljenu i plaćenu proljećnu kolekciju, i zbog nemogućnosti da iz neostvarenih prometa platimo avansiranu ljetnju kolekciju, čiji je transport otežan. S aspekta godišnjeg prometa, radnje su bile zatvorene skoro dva mjeseca, pa će samim tim i očekivani godišnji promet biti manji za više od 15 %, što bi, zapravo, predstavljalo skoro cjelokupnu godišnju zaradu. Prodaja se nastavila 4. maja sa 20% popusta na proljećnu kolekciju. Sve su to gubici prometa koji se sumiraju na kraju godine. S aspekta ostalih troškova poslovanja, zakupa, zarada zaposlenih, izdataka za struju, telefone, lokalne takse, dakle svih ostalih troškova, oni su takođe ostali u nešto manjem ukupnom iznosu, ali će biti

uspjeh ako ih nadoknadimo. Pojedini troškovi, poput doprinosa i kredita, su odloženi, ali će se platiti. Država je subvencionisala zarade za jedan mjesec, a mi nismo obavljali djelatnost skoro dva mjeseca. Takođe, subvencionisana je minimalna, a ne stvarna zarada. Sama neizvjesnost vezana za pandemiju i njeno eventualno ponovno pojavljivanje, bojazan od ponovnog karantina, stavlja nas u nezavidan

razne prijedloge kolega. Mišljenja smo da država treba da pomogne našem sektoru, sa današnjeg aspekta i za početak, jer ne znamo šta vrijeme nosi, na način što će uspješnim privrednim subjektima (koji postoje najmanje pet godina, od kojih posljednje tri uspješno posluju i izmiruju redovno svoje obaveze) obezbijediti beskatmatne pozajmice, ili pak, sa minimalnom kamatom, u vrijednosti



položaj; ne možemo da planiramo nabavke, ne znamo koje količine da poručujemo, jer sve kolekcije veći dio nas avansira i poručuje 6-9 mjeseci unaprijed, a ne znamo ni kada ćemo i kako moći da putujemo. Covid 19 je pogodio zemlje i privrednike sa kojima saradujemo, neizvjestan je i njihov opstanak na tržištu... Problemi su, zaista, brojni.

Na koji način vidite rješenje za opstanak trgovina sa odjećom i obućom?

– Kao Predsjednica Odbora za trgovinu odjećom i obućom bila sam u prilici da čujem

zarobljenih i nerealizovanih, donekle i neplaćenih sredstava, tj. robe, što prije, kako bismo omogućili kontinuitet u poslovanju, a država nastavila od nas da ima koristi, kroz plaćanje Pdv-a, poreza i doprinosa. Smatram da i zbog brojnih drugih problema u našem poslu, poput nelegalne prodaje iz stanova i putem društvenih mreža, treba da delegiramo predstavnike koji će participirati u regulisanju ovog problema, tj. u donošenju adekvatnih zakonskih normi i opštih akata. Potreba za odjećom i obućom postoji otkad je svijeta, i

u svim krizama, pa nema razloga da tako ne bude i ubuduće.

Da li se i na koji način žene u Crnoj Gori mijenjaju kada su u pitanju stil i moda?

– Naravno da se mijenjaju, i to kontinuirano. To je proces. Po mom sudu, stil žena u Crnoj Gori je posljednjih decenija oslobođen. Oslobođen je prvenstveno predrasuda okoline. Sjećam se da sam kao trinaestogodišnjakinja, noseći diskretno iscijepane farmerice sa zakrpama, više puta doživljavala da me žene na ulici nazivaju pogrdno, a izbjegla sam i jedan fizički napad. To danas nećete vidjeti u Crnoj Gori. Mislim da je to zasluga i mode, koja neumomo pokušava da isprati brojne stilove iz sezone u sezonu, i emancipacije žene u svakom pogledu. Dakle, stilski izraz ženske ličnosti je oslobođen. Moda je opšteprisutna. Različite modne stilove vidimo na svakom koraku. Kad je u pitanju obuća, italijanski uticaj, neprikosnoven u svijetu mode u pogledu dizajna, udobnosti i kvaliteta, uticao je na to da žena u Crnoj Gori danas bira modernu, kvalitetnu i udobnu obuću, u skladu sa stilom koji promovise. Kada je u pitanju garderoba, tu vidim sukob istoka i zapada, koji dominiraju našim tržištem. Žene vješto kombinuju, u skladu sa svojim mogućnostima. Bitan im je odraz sopstvenog stila, što ranije, sem sporadično, nije bilo bitno. Donekad su obavezno uparivale boju obuće sa tašnom, što je rijetkost u posljednje vrijeme.

Kakva je razlika između žena u Italiji i u Crnoj Gori?

– Italijanke obožavaju modu. Skoro opsesivno prate i kombinuju trendove, daju inspiraciju za nove modne linije. Uvijek su dotjerane i odvažne, bez obzira imaju li 20 ili 70 godina. Kreativne su i slobodne u izražavanju sopstvenog stila koji ponosno prikazuju. Italija je oduvijek gajila kult žene, kult majke, i ja tu vidim izvore te ženske odvažnosti. Mislim da najpoznatiji italijanski modni dizajneri, Ferre, Gucci, Valentino, Armani, Versace, nisu slučajno i najbolji svjetski kreatori. Upravo su taj kult žene i estetika kojom su Italijani opsjednuti doprinijeli da se baš na tom podneblju iznjedre najbolji dizajneri, možda ikad, čije modne komade nose sve svjetske ikone. Imajući u vidu istoriju italijanske umjetnosti i kulture, jasno je zašto su u tome najbolji na svijetu. Naša je sreća da smo susjedi sa Italijanima, da upijamo njihov modni uticaj. Smatram da su naša kultura i tradicija i kult muškarca uticali na izražavanje ženske ličnosti kroz modni stil koji žene u Crnoj Gori sve više oslobađaju.

Šta smatrate "najvažnijim" za stil jedne žene?

– Najvažnije je da je odjevni stil žene odraz njene ličnosti. Ako žena nosi bilo kakav odjevni predmet u skladu sa svojom ličnošću, to je njen pravi odraz koji je čini posebnom i jedinstvenom. Često se krijemo iza nekih stereotipova i idola, kreirajući lažnu sliku o sebi, ne da bi prevarili nekog, već iz sopstvene nesigurnosti u lične izbore. Iz toga razloga



"Segment trgovine obućom i odjećom veoma je pogođen mjerama zbog epidemije Covid-a 19"

neke žene kupuju isključivo brendirane komade ili "skidaju" odjevne kombinacije modnih trendseterki, a od skoro i modnih blogerki. U svakom slučaju, mišljenja sam da svaka žena koja ima i razvija sopstveni stil ne može da pogriješi, jer će sve nositi u skladu sa sobom i dobro se osjećati u tome što nosi, što, kroz njeno raspoloženje, takođe, predstavlja važnu komponentu stila. Žene koje dobro nose svoj stil, uvijek su lijepe, šarmantne i privlačne.

Koji su ultimativni komadi koje preporučujete za nastupajući period, a koje su boje i dezeni u modi?

– S obzirom na to da se dominantno bavim obućom i tašnjama, mogu reći da se u ljetnjoj kolekciji, što je dosad bilo neobičajeno, pojavljuju *krako*, *animal* i *zmijski* print, karakteristični za robusne zimske komade, i to u svim bojama, počev od standardne ljetnje bijele, preko blijedo žute, macaroon i mint zelene, nekoliko nijansi narandžaste i plave, standardno omiljene pink. Sad već klasična *nude* boja, zbog apsolutne neprikosnovenosti u eleganciji

i univerzalne uklopivosti, doživljava razrade nijansi koje naginju ka predivnoj nježno karamel ili čak blijedo roza nijansi. Špic na stiletu štikli sve je zastupljeniji i u ravnim modelima. Neobične pete sa stopicama, predimenzionirane pete i detalji, zatupljeni vrh cipele ili sandale, sve su to trendovi ove sezone. Kod *casual* varijanti, moderni su predimenzionirani đonovi, kako na patikama, tako i na sandalama. Dominiraju krajnosti, minimalizam ili predimenzioniranost. Isto je i sa tašnjama, moderne su neobično velike ili male. Ultimativni komadi su bijele patike sa naglašenim đonom, sandale sa neobičnom potpeticom i krupnom šnalom, špicaste baletanke...

Supruga ste i majka, kako se te uloge kombinuju sa ulogom poslovne žene?

– Više od pola dosadašnjeg života živim u ulozu supruge, majke i poslovne žene, skoro od početka braka, tako da ni ne znam za drugačije. Iako mislim da mi dobro ide, možda je ovo više pitanje za moju porodicu. Sigurno

bi mi našli dosta zamjerki. Kao što sam prije rekla, sredinom 90-ih suprug i ja smo započeli porodični biznis, koji je podrazumijevao česta putovanja, nekad čak i višenedjeljna, što je iziskivalo, sem dobre organizacije i pomoći naših roditelja, i eksternu pomoć. Nas dvoje smo oduvijek dijelili sve obaveze, i poslovne i porodične, na način da ih preuzme onaj koji ih bolje radi. Radoholičari smo, radimo od jutra do mraka, njegujući balans između posla i djece. Djecu smo odgajali tako da budu samostalna i u skladu sa sopstvenim ličnostima, poštujući njihovu individualnost. Bilo je momenata kada je bilo teško uskladiti te uloge, kad si jednako potreban i djeci i poslu, ali smo se uvijek trudili da im nadoknadimo propušteno. Smatram da su dobra organizacija, sklad i balans presudni za uspjeh na svim poljima, kako u poslu, tako i u odgoju djece. Zasluge za srećnu i uspješnu porodicu dijelimo svi četvoro zajedno. Zasluge za uspješan višedecenijski biznis dijelimo naši dugogodišnji zaposleni, suprug i ja, a posljednjih godina i naš sin.

Šta vidite kao ključne faktore za razvoj i opstanak privatnog biznisa?

– Razvoj i opstanak biznisa direktno su vezani kako za viziju i ambicije nosioca biznisa, tako i za njegovu odgovornost prema poslu. Ključan faktor je poslovni ambijent u kome poslujete, jer je veoma teško i opstati bez zdravog poslovnog ambijenta, a pogotovu rasti i razvijati se. Međutim, predanost poslu, dobro osmišljena strategija razvoja, edukacija zaposlenih, njegovanje dobrih poslovnih odnosa i odnosa sa klijentima, dobro osmišljena marketing strategija, moraju da daju rezultat. Često sa svojim zaposlenima, oduševljena izložena kolekcijom i zadovoljna komentarima kupaca, dam komentar: "Kad svi sve radimo za pet, to mora da da rezultat". Živim i radim u skladu sa tim uvjerenjem.

Na čemu temeljite poslovnu filozofiju?

– U skladu sa mojom kompletnom poslovnom pričom, najbližiji mi je Kaizen pristup, koji u praksi podrazumijeva konstantno, postepeno unapređivanje, na svim poljima, svakoga dana, čak i sitnim koracima. Promjene su dobre i neophodne, ali radikalni pristup čini ih bolnim i teškim. Zato, ako svakog dana nešto unaprijedim i uradim nešto korisno, osjećam da živim u skladu sa sobom, svojim poslom i svojom porodicom. ■



"Predanost poslu, dobro osmišljena strategija razvoja, edukacija zaposlenih, njegovanje dobrih poslovnih i odnosa sa klijentima, dobro osmišljena marketing strategija moraju da daju rezultat"

 @butik_chic_

 Butik Chic

 Ivana Vujoševića 13 i 27,

 Podgorica

 Bulevar Svetog

 Petra Cetinjskog 92,

 Podgorica

 TC Butiko, Kotor,

 Radanovići