



*Dvadeset i prvo stoljeće počelo je za Ericsson Nikolu Teslu obećavajuće, a 2001. godina bila je 52. u nizu uspješnih godina.*

*Kako je to postignuto u godini koju karakterizira usporeni ekonomski rast u cijelome svijetu i najsnažniji trend smanjenja opsega poslovanja u globalnim telekomunikacijama u zadnjih deset godina?*

*Odgovor na ovo pitanje sadržan je u svemu onome što smo do sada učinili ustrajno restrukturirajući kompaniju i prilagodavajući poslovanje tržišnim i tehnološkim zahtjevima. Ericsson Nikola Tesla već je u 2000. postao potpuno spreman za novi svijet telekomunikacija. Tome su pridonijeli razvoj kompetencija zaposlenih i povećana unutarnja učinkovitost, a rezultiralo je povećanim brojem odgovornosti u okviru Ericssona. To je izvorsna osnova za daljnji razvoj naše kompanije.*



## Uspješna 2001. - korak na putu prema vrhu

*Obraćanje predsjednika Ericssona Nikole Tesle d.d. dioničarima*

### Iskorištene sve poslovne prilike u 2001.

Konkurencija na svjetskom tržištu sve je veća. Više ne postoje mali i veliki ugovori, mali i veliki kupci; svaki ugovor i svaki kupac je važan. To doduše, za našu kompaniju nije ništa novo. Međutim, za neke velike svjetske "igračke" koji su dosada radili na principu velikih brojeva, to je bitna promjena. Neki, među njima nisu se dovoljno brzo snašli pa su u međuvremenu izgubili dio svojih tržišta ili neke svoje kupce koje su preuzeli manji, ali prilagodljiviji "igračci". Ericsson Nikola Tesla je u potpunosti iskoristio sve svoje poslovne prilike u prošloj godini.

Analiza naših prošlogodišnjih poslovnih rezultata pokazuje da je udio izvoza u ukupnoj prodaji 60% što je povećanje od 18% u odnosu na prethodnu godinu. Glavni razlog za tako veliko povećanje našega izvoza dobivanje je odgovornosti od švedskoga Ericssona

za veći broj tržišta ili zemalja. Veliku zaslugu za sjajne prodajne rezultate imaju kompanijski stručnjaci iz područja marketinga i prodaje koji, uz cjelokupnu podršku drugih dijelova ETK, proaktivno rade s ključnim kupcima. Opseg poslova na našim tradicionalnim tržištima je proširen. Osim toga, kompanija je tijekom 2001. godine proširila svoj izvoz na dodatnih 20 zemalja afričkoga kontinenta. Za nas je to potpuno novi izazov koji nam otvara brojne mogućnosti.

Kompanija posebnu brigu vodi o razvoju kompetencija okrenutih budućnosti. U skladu s takvom strategijom i željom da ima ključnu ulogu u procesu internetizacije u Hrvatskoj te aktivno pridonese ulasku u 3G tehnologiju u lokalnim i regionalnim razmjerima, Ericsson Nikola Tesla otvorio je u svojim poslovnim prostorima Ericsson Mobility World centar. Time se hrvatska kompanija uključila u globalnu Ericssonovu inicijativu kojoj je cilj suradnja s



kompanijama koje zajedno s Ericssonom žele sudjelovati u razvoju usluga mobilnoga Interneta.

Dakle, naše veze s Ericssonom tijekom sedam godina postale su sve snažnije, a kompanija je pozicionirana kao regionalni, a u nekim područjima čak i globalni Ericssonov centar. Tijekom prošle godine korporacija se reorganizirala pri čemu je naša kompanija postala važnim dijelom tržišne jedinice Srednja Europa kojoj, uz Hrvatsku, pripadaju Bosna i Hercegovina, Mađarska, Poljska, Republika Češka, Slovačka i Slovenija. U toj virtualnoj organizaciji neki od čelnih ljudi naše kompanije imenovani su za članove regionalnoga rukovodećeg tima.

## Usredotočenost na ključna područja

Tijekom 2001. godine četiri važna poslovna područja bila su u središtu kompanijske pozornosti.

U financijskome poslovanju posebno smo se usredotočili na priliv gotovinskih sredstava, financiranje kupaca i optimiziranje troškova.

U području ljudskih potencijala i kompanijske kulture bili smo usmjereni na unaprjeđenje kompetencija u području mobilnoga Interneta, a brižno se provodilo i restrukturiranje ljudskih potencijala, djelomično i zapošljavanjem novih, visokoobrazovanih stručnjaka. Upravljanje rezultatima rada pomoću planiranih individualnih zadataka za svakoga zaposlenika također je bio važan dio naših aktivnosti. Provodili smo sveobuhvatnu izobrazbu menadžera kako bismo povećali njihove leaderske vještine, što je posebno došlo do izražaja u radu kompanijskoga Centra za procjenjivanje kandidata za menadžere te za usavršavanje menadžera uključenih u program planiranja rukovoditelja.

Treće važno područje kompanijskoga rada bile su naše aktivnosti na tržištima. Kada je riječ o domaćem tržištu, ono traži revitalizaciju naše prisutnosti u Hrvatskoj. Kompanija se veoma snažno usmjerila na izvozna tržišta, a kao posebno važno, naglasio bih, da smo u dogovoru sa Stockholmom, uspjeli osvojiti

nova tržišta u Africi.

Na kraju, ali ne manje važan, imidž je kompanije. Usredotočenost na marketinške aktivnosti, uz stalnu prisutnost u različitim medijima (oko 1100 pozitivnih informacija o Ericssonu i našoj kompaniji u hrvatskim medijima u 2001. godini), donijela je izvrsne rezultate. Ericsson je u široj društvenoj zajednici prepoznat kao svjetski lider u telekomunikacijama. Ericsson Nikola Tesla se, kao kompanija okrenuta budućnosti, afirmira kao najbolji poslodavac koji brine o zadovoljstvu svojih zaposlenika te dobar građanin.

## Poslovni rezultati u 2001. godini - u skladu s ciljevima

- Neto prodaja je s 1.028 milijuna kuna u 2000. porasla na 1.238 milijuna kuna (porast 18%) u 2001. godini, uglavnom uslijed povećanoga izvoza. Broj narudžbi povećan je za 7% u odnosu na prethodnu godinu, a rezultat je to naše velike izvozne angažiranosti. Kompanija treću godinu za redom bilježi pozitivan novčani tok.

- Govorimo li o strukturi ukupne prodaje prema skupini proizvoda, treba naglasiti da je tijekom 2001. područje višeuslužnih mreža bilo zastupljeno sa 48% u ukupnoj prodaji, u odnosu na 46% u 2000. godini. Mobilni sustavi bili su u 2001. godini druga najveća skupina proizvoda i usluga uz udio u ukupnoj prodaji od 32% što je povećanje od 68% u odnosu na godinu prije kada je taj udio bio 19%. Na trećemu mjestu, s 9% udjela u ukupnoj prodaji, bili su poslovni sustavi s gotovo nevjerojatnih 300% povećanja u odnosu na prethodnu godinu.

- Prvi put u dugoj povijesti kompanije Hrvatska više nije naše najveće pojedinačno tržište jer je u 2001. godini to mjesto zauzela Rusija. Udio ruskoga tržišta u ukupnoj prodaji bio je 25%, hrvatskoga 20% (pad u odnosu na 33% u 2000. godini), švedskoga 16% te bosansko-hercegovačkoga tržišta 10% naše ukupne prodaje.



Pad prodaje na domaćem tržištu ozbiljno je upozorenje jer je dobra pozicija na domaćem tržištu preduvjet uspješnoga poslovanja na stranim tržištima. Prošle godine naš najznačajniji kupac na domaćem tržištu bio je VIPnet i tako zamijenio Hrvatski Telekom koji je, sve do prošle godine, bio naš tradicionalno najveći pojedinačni kupac.

- Ukupni troškovi poslovanja smanjeni su za 13% u odnosu na prethodnu godinu. Usredotočenost na elektroničko poslovanje i primjena vlastitih poslovnih aplikacija značajno su pridonijele povećanoj troškovnoj djelotvornosti kompanije.

- Dobit prije oporezivanja porasla je sa 62 milijuna kuna u 2000. godini na 219 milijuna kuna u 2001. što je povećanje od 240%. Tako sjajni rezultati postignuti su osmišljenim programom unaprjeđenja poslovanja s naglaskom na povećanje učinkovitosti i smanjenje troškova.

## Pozitivna događanja tijekom 2001. godine

Ericsson Nikola Tesla nastavlja graditi kompanijsku kulturu koja u prvi plan stavlja rezultate, optimiziranje poslovanja i brzu prilagodbu tržišnoj situaciji. Upravo te kvalitete učinile su Ericsson Nikolu Teslu vidljivim i na korporativnoj razini. Tijekom 2001. godine našu kompaniju su posjetili čelni Ericssonovi menadžeri. U Hrvatskoj je bio i **Kurt Hellström**, predsjednik i CEO Ericssona koji nam je uručio korporativnu nagradu Ericsson European Equality Award 2000 (EEEA) za rezultate koje smo postigli u izjednačavanju položaja žena i muškaraca u poslovnome okruženju na svim razinama kompanijske hijerarhije. Tim povodom, Ericssonovu delegaciju primili su predsjednik Države i predsjednik Vlade Republike Hrvatske, a zahvaljujući pozitivnome ozračju u kojemu je posjet organiziran, bio je to, slikovito rečeno, Ericssonov dan u hrvatskoj javnosti. Prigodom prošlogodišnjeg Međunarodnoga sajma informacijske tehnologije, telekomunikacija i javnih medija - INFO 2001 u Zagrebu, na kojemu je Ericsson Nikola Tesla bio kompanija-partner, posjetio nas je **Mats Dahlin**, predsjednik Ericssonova

tržišnog područja Europa, Srednji istok i Afrika koji je u ime Ericssona otvorio sajam. Na INFO-u 2001 naša je kompanija ostvarila svoj najveći sajamski uspjeh; kao prvonagrađeni izlagač dobila je Posebno priznanje za ukupni nastup i kristalnu skulpturu. Ovim uspjesima treba dodati cijeli niz različitih nagrada i priznanja koje je kompanija ostvarila u godini koja je za nama. Sva ta priznanja potvrđuju da je naša javnost prepoznala vodeću ulogu Ericssona Nikole Tesle u hrvatskome gospodarstvu.

Naša kompanija prepoznata je kao jedan od najboljih poslodavaca u Hrvatskoj budući da zaposlenicima osigurava najbolje mogućnosti za razvoj njihovih kompetencija i zaradu. Prosječna plaća za prošlu godinu u neto iznosu bila je 6.970 kuna.

Rezultati istraživanja o zadovoljstvu zaposlenika Ericssona Nikole Tesle kompanijom i njenim menadžmentom pokazuju veliki napredak u odnosu na prethodnu godinu.

Ericsson Nikola Tesla je u 2001. godini nastavio svoju misiju društveno odgovornoga poduzetnika, odnosno dobroga građanina koji aktivno sudjeluje u stvaranju preduvjeta za bolji život u Hrvatskoj.

## Izazovi u 2002. godini

Trend usporavanja globalnoga gospodarskog rasta nastaviti će se i u 2002. godini. Očekuje se da će prodaja mobilnih sustava ostati na istoj razini ili zabilježiti pad do 10%, dok će se tržište fiksnih sustava i nadalje sužavati.

Prioriteti Ericssona Nikole Tesle u 2002. godini i dalje su usmjereni na razvoj kompetencija jer svjesni smo da samo razina stručnosti i zadovoljstva zaposlenika čine razliku između uspješnih i neuspješnih kompanija. Istodobno ćemo snažiti našu poziciju u Hrvatskoj i našim izvoznim tržištima, koristeći svaku priliku za širenje poslovnih mogućnosti. Naš cilj je i dalje da budemo odabrani isporučitelj usluga, rješenja i proizvoda za novi svijet telekomunikacija u Hrvatskoj i na našim izvoznim tržištima.



Izazovi, na koje će Ericsson Nikola Tesla odgovoriti u 2002. godini, bez obzira na globalne trendove, su:

- povećanje izvoza za 100%
- povećanje poslovanja na domaćemu tržištu za 50%.

Ostali prioritetni ciljevi kompanije su:

- smanjenje prodajnih, općih i administrativnih troškova za 20%
- razvijanje i njegovanje pobjedničkoga duha
- povećanje ugleda Ericssona Nikole Tesle kao najbolje kompanije u Hrvatskoj ustrajnim njegovanjem profesionalnosti i poštovanja prema zaposlenicima.

Sve što smo do sada učinili potvrđujući se na tržištima sedamdesetak zemalja u cijelome svijetu, izvrsna je osnova za ostvarenje naših ambicioznih planova u 2002. godini. Nove odgovornosti koje smo dobili, nova tržišta koja smo osvojili, u sprezi s našom stručnošću, znanjem i entuzijazmom te Ericssonovom vrhunskom tehnologijom, pobjednička je kombinacija.

Zato tvrdim: naša je budućnost u našim rukama!

Åke Enell,  
predsjednik Ericssona Nikole Tesle