

АКЦИОНЕРСКО ДРУШТВО ЗА
СТОПАНИСУВАЊЕ СО ДЕЛОВЕН ПРОСТОР
ВО ДРЖАВНА СОПСТВЕНОСТ - СКОПЈЕ



ул. Орце Николов бр. 138, Скопје, пошт. фах 38, телефон: 3226-072

наш знак

ваш знак

дата

Одбор на директори

Врз основа на член 22 став 1 алинеа 2 од Статутот на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост, Одборот на Директори на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост на 2 редовен состанок одржан на 06.09.2011 год донесе:

ОДЛУКА

За усвојување на Акциониот план на Акционерското друштво за стопанисување со деловен простор во државна сопственост-Скопје за 2011-2012 година

Член 1

Се усвојува Акциониот план на Акционерското друштво за стопанисување со деловен простор во државна сопственост-Скопје за 2011-2012 година.

Составен дел на оваа Одлука е Акциониот план на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост-Скопје за 2011-2012 година.

Член 2

Оваа одлука влегува во сила од ден на донесување, а ќе се применува по одобрување на Акциониот план од член 1 на оваа одлука по добивање на согласност од Влада на република Македонија.

ОДБОР НА ДИРЕКТОРИ

Претседател:

Виктор Новачевски

Бр. 02-958/6
Скопје 06.09.2011

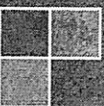
Изготвил:
Михајло Коштримовски



2011

Акционен План за
АД за
стопанисување со
деловен простор
во државна
сопственост—
Скопје
за 2011-2012
Година

Михајло Коштримовски - Директор
АДСДП
8/16/2011



СОДРЖИНА:

1. Зголемување на процентот на наплата и изнаоѓање на нови начини за генерирање на дополнителни приходи.	4
2. Доведување во функција и издавање на деловни објекти кои се руинирани или се недоградени.	6
3. Раскинување на договорите со закупците кои се на неопределено време.....	8
4. Изработка на елаборати за деловни објекти и моментална состојба на имотно – правни односи.....	10
5. Решавање на проблемите во ТЦ Скопјанка и предлози за нејзино поуспешно стопанисување.....	11
6. Маркетинг план	13

Со поделбата на ЈПССДП од 03.06.2011 година на две Акционерски друштва: АД за изградба и стопанисување со станбен и деловен простор од значење за републиката и АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост, АД за стопанисување со деловен простор дел од деловните објекти кои ги наследи се руинирани или недоградени. За овие деловни објекти да можат да се издаваат и да функционираат неопходно е да се инвестира во нив. Со цел да се зацврсти и унапреди претпријатието и потенцира вредноста на пазарот, се издвојуваат следниве приоритетни цели за делување во периодот од 2011-2012 година со што ќе се допринесе за зголемување на приходите и профитот на Друштвото.

Приоритетни цели:

1. ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ПРОЦЕНТОТ НА НАПЛАТА ОД ЗАКУПЦИТЕ И ИЗНОГАЊЕ НА НОВИ НАЧИНИ ЗА ГЕНЕРИРАЊЕ НА ДОПОЛНИТЕЛНИ ПРИХОДИ.
2. ДОВЕДУВАЊЕ ВО ФУНКЦИЈА И ИЗДАВАЊЕ НА ДЕЛОВНИ ОБЈЕКТИ КОИ СЕ РУИНИРАНИ ИЛИ СЕ НЕДОГРАДЕНИ.
3. РАСКИНУВАЊЕ НА ДОГОВОРИТЕ СО ЗАКУПЦИТЕ КОИ СЕ НА НЕОПРЕДЕЛЕНО.
4. ИЗРАБОТКА НА ЕЛАБОРАТИ ЗА ДЕЛОВНИ ОБЈЕКТИ И МОМЕНТАЛНА СОСТОЈБА НА ИМОТНО-ПРАВНИ ОДНОСИ
5. РЕШАВАЊЕ НА ПРОБЛЕМИТЕ ВО ТЦ СКОПЈАНКА И ПРЕДЛОЗИ ЗА НЕЈЗИНО УСПЕШНО СТОПАНИСУВАЊЕ
6. МАРКЕТИНГ ПЛАН.

1. Зголемување на процентот на наплата изнаоѓање на нови начини за генерирање на дополнителни приходи.

Како една од основните начини неопходни за подобрување на успешноста и финансиските резултати на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост е зголемување на процентот на наплата односно намалување на разликата помеѓу фактурираната вредност и реално наплатената.

Еден од начините за постигнување на сето ова е преку непосредно и посредно интензивирање на контактите со моменталните закупци.

Посредното интензивирање на контактите би се реализирало на следниве начини:

- Отварање на call центар во секоја подружница кои би имал задача на дневна основа да ги контактира закупците со ненавремено подмирени обврски. Со цел да се зголеми ефикасноста на самиот call центар, истиот ќе доставува извештај до Раководителот на Подружницата еднаш неделно, со детално објаснување за постигнатите и очекуваните резултати од комуникацијата со закупците.
- Изработката на web страна (до крајот на 2011) преку која корисниците на деловните објекти во секој момент ќе можат да извршат контрола на вкупниот износ на закупнина кој го должат и истовремено ќе можат да имаат електронски увид на тековните фактури со можност за директно превземање на фактурата од web страната со цел да се забрза нејзината наплата.
- E-mail / онлајн апликација кој ќе биде користен од дневниот центар како дополнителен начин за пријавување на проблеми, сугестии и критики.

Непосредното интензивирање на контактите би се реализирало на следниве начини:

- Зголемување на посетеноста на објектите дадени под закуп од страна на теренските референти. Покрај обавувањето на редовните посети за достава на месечна фактура и контрола на подмирени обврски кон ЕВН, Топлификација и ЈП Водовод, постојано директно комуницирање со закупците за евентуални проблеми, начини на подобрување на услугата од наша страна, зголемување на нивното задоволство од користење на нашите објекти се со цел самото тоа да придонесе до редовна и навремена наплата на закупнината и зголемување на приходите.
- Делегирање на обврски на Раководителите на Подружниците за задолжително оставарување на посети на деловните објекти на месечна основа кои спаѓаат во нивната единица како би можеле да се утврдат постоечки проблеми и начини за нивно решавање. За сите остварени посети, добиени информации и постигнати резултати Раководителите на Подружниците ќе доставуваат месечни извештаи до Кабинетот на Директорот.

Втор начин за зголемување на процентот на наплата на побарувањата е поедноставување на процедурата за раскинување на договор во случај на ненавремено подмирување на обврските. Самото ова би се постигнало со промени во постоечкиот правилник во делот кои се однесува на содржината на договорите, односно поконкретно, на должината на отказниот рок, со намера за негово намалување од 60 дена на 15 дена. Со ова би се постигнало поголема мотивација и потреба кај закупците да водат сметка за навремено подмирување на обврските за закуп.

Како еден од начините за генерирање на дополнителни приходи е приспособување на просторите на надворешниот дел на објектите со кои располагаме на кои заинтересирани фирми ќе можат да поставуваат нивни банери и светлосни реклами. Ова би се постигнало со објава во оглас на просторитеи нивно доделување на една фирма која понатаму би стопанисувала со истите.

2. Доведување во функција и издавање на деловни објекти кои се руинирани или се недоградени.

АД за стопанисување со деловен простор дел од деловните објекти кои ги наследи по поделбата на ЈПССДП, се руинирани или недоградени. За овие деловни објекти да можат да се издаваат и да функционираат неопходно е да се инвестира во нив. Горенаведените деловни објекти можеме во главно да ги класифицираме во три групи :

- Деловните објекти кои се со површина до 200м², а се руинирани, недоградени или се во фаза на затворена карабина ќе се понудуваат со пониска закупнина (во согласност со методологијата за утврдување на висината на закупнината донесена од страна на владата на РМ), со договор на определено време во времетраење од 2 (две) години и грејс период од еден месец кој ќе му послужи на потенцијалниот закупец да инвестира на свој трошок во деловниот објект и да го доведе во состојба за нормално функционирање.
- За деловните објекти кои се руинирани или недоградени, а се со површина од 200 до 1000м² и за кои се потребни поголеми инвестиции ќе се изнајдат

потенцијални закупци и ќе им се понуди деловниот објект со договор на определено време со времетраење до 5 (пет) години во зависност од големината на деловниот објект и вредноста на потребната инвестиција.

- Деловни објекти кои се руинирани или недоградени, со површина над 1000м², во сопственост на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост се бизнис центарот во Прилеп и стоковната куќа во Радовиш. Бизнис центарот во Прилеп кој се наоѓа во центарот на градот во близина на новата општина е со површина од 1500м² и е недограден. За негово довршување потребна е инвестиција од 20.000.000,00 денари.(во прилог предмер-пресметка) Другиот деловен објект погоре споменат е Стоковната куќа во Радовиш. Истиот е со површина од 2500 м² (подрум со површина 764,42м², приземје со површина 819,81м² и кат со површина 903,79 м²), моментално руиниран, за објектот постои имотен лист , но има истовремено и судски спор кој е добиен, но тужената страна се жали до апелација. Целта е во поскоро време спорот да се реши во наша корист за што сме и во соработка со Министерството за Правда со цел забрзување на постапката за решавање во наша корист. По решавање на спорот, за Стоковната куќа во Радовиш и Бизнис центарот во Прилеп потребно е пронаоѓање на бизнис партнери кои би можеле да ги инвестираат и доградат овие деловни објекти (самата инвестиција би била од голема општествена и социјална корист) , а за возврат би добиле поповолни услови при склучување на договорот за закуп (договор на определно време во времетраење од 10-15 години, грејс период 4-6 месеци (потребно време за доградба на деловните објекти и нивно ставање во функција, пониска закупнина од 0,5 – 1евро/м²).

Преглед за деловните објекти кои се руинирани или се недоградени по подружници:

Р.Бр.	Подружница	Вкупно деловни објекти	Вкупна Квадратура	Вкупно деловни објекти кои се недоградени или руинирани	Вкупна квадратура на недоградени или руинирани објекти
		1	2	3	4
1	Дирекција	1.00	2,500.00	1.00	2,500.00

2	Велес	64.00	2,417.00	1.00	48.00
3	Струмица	57.00	3,768.00	12.00	791.00
4	Кичево	69.00	2,751.18	0.00	0.00
5	Куманово	104.00	3,665.81	5.00	213.00
6	Тетово	52.00	2,232.75	6.00	501.75
7	Кавадарци	76.00	2,412.48	4.00	197.00
8	Прилеп	80.00	6,541.26	29.00	2,800.50
9	Охрид	103.00	5,744.97	16.00	611.50
10	Штип	106.00	5,850.00	0.00	0.00
11	Кочани	41.00	1,435.72	3.00	173.80
12	Битола	284.00	12,372.91	5.00	629.80
13	Скопје	352.00	20,507.20	15.00	829.20
	Вкупно	1,389.00	72,199.28	97.00	9,295.80

3. Раскинување на договорите со закупците кои се на неопределено време

Преглед на деловни објекти кои се издадени со договор на определено и неопределено време

Р.Бр.	Подружница	Вкупно деловни објекти	Вкупно издадени деловни објекти	Вкупно објекти кои се издадени со договор на неопределено	Вкупно објекти кои се издадени со договор на определено во време траење од две години
-------	------------	------------------------	---------------------------------	-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

		1	2	3	4
1	Велес	64.00	48.00	26.00	22.00
2	Струмица	57.00	34.00	23.00	11.00
3	Кичево	69.00	48.00	23.00	25.00
4	Куманово	104.00	72.00	46.00	26.00
5	Тетово	52.00	37.00	21.00	16.00
6	Кавадарци	76.00	25.00	12.00	13.00
7	Прилеп	80.00	48.00	23.00	25.00
8	Охрид	103.00	64.00	38.00	26.00
9	Штип	106.00	69.00	69.00	0.00
10	Кочани	41.00	14.00	1.00	13.00
11	Битола	284.00	205.00	142.00	63.00
12	Скопје	352.00	144.00	54.00	90.00
13	Вкупно	1,388.00	808.00	478.00	330.00

Во горенаведената табела како што е веќе напоменато се опфатени објектите кои се издадени на неопределено време и заради евиденција и добивање на појасна претстава се вклучени и објектите кои се издадени врз основа на договор на определно време. Намерата на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост е да се посвети поголемо внимание на објектите кои се издадени на неопределено време. Имено, во текот на 2011/2012 година планирано е со моменталните закупци на сите деловни објекти кои се на неопределно да се раскинат договорите и да се утврди нова почетна закупнина врз основа на методологијата за утврдување на закупнина донесена од Владата на РМ во 1999 година. Причината за раскинување на договорите со голем дел од закупците кои моментално користат деловни објекти со договори на неопределно време е тоа што плаќаат нереални закупнини кои се 200-300% пониски од реалната пазарна

вредност. Имено, начинот на реализација на погоренаведеното е најпрво на постоечките закупци би им се понудиле објектите кои веќе ги користат (по новоутврдената пазарна цена), доколку истите не се согласат за продолжување на договорите (кои ќе бидат сменети во договори на определно време во време траење од 2 години) за истите би се објавил оглас за издавање. При што АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост и понатаму ќе биде по-конкурентен на пазарот во однос на износот на закупнината од другите правни лица кои се занимаваат со истата дејност.

4. Изработка на елаборати за деловни објекти и моментална состојба на имотно – правни односи

При солемнизација на договорите за издавање на деловен простор неопходно е да се поседува документ за потврдување на сопственоста на деловниот објект. Од овие причини неопходно е да се изработи елаборат за деловниот простор и истиот да се евидентира во Агенцијата за Катастар на недвижности на Република Македонија. Целта на АД за стопанисување со деловен простор во државна сопственост да се започне со постапката за изработка на елаборат на сите објекти кои не го поседуваат истиот за да потоа може да се докаже правото на сопственост

пред надлежните Органи (Суд,Нотар) и да се овозможи нивно издавање под закуп. Временската рамка во која се очекува да се решат имотно правните односи на спорните објекти е 20 % до крајот на 2011, а останатиот дел во текот на 2012.

Преглед на објекти и моментална состојба на имотно – правни односи:

Р.Бр.	Подружница	Вкупно деловни објекти	Вкупна Квадратура	Вкупен број на објекти кои немаат имотен лист	Вкупна квадратура на објектите без имотен лист
		1	2	3	4
1	Велес	64.00	2,417.00	0.00	0.00
2	Струмица	57.00	3,768.00	15.00	426.00
3	Кичево	69.00	2,751.18	55.00	2,128.38
4	Куманово	104.00	3,665.81	15.00	390.73
5	Тетово	52.00	2,232.75	44.00	1,892.67
6	Кавадарци	76.00	2,412.48	0.00	0.00
7	Прилеп	80.00	6,541.26	13.00	2,370.20
8	Охрид	103.00	5,744.97	83.00	4,595.90
9	Штип	106.00	5,850.00	2.00	123.47
10	Кочани	41.00	1,435.72	0.00	0.00
11	Битола	284.00	12,372.91	220.00	8,081.34
12	Скопје	352.00	20,507.20	246.00	16,109.59
13	Вкупно	1,388.00	69,699.28	693.00	36,118.28

5. Решавање на проблемите во ТЦ Скопјанка и предлози за нејзино успешно стопанисување.

Од вкупно 352 деловни објекти со кои стопанисува АД за стопанисување со деловен простор Подружница-Скопје , во Т.Ц. Скопјанка има 134 деловни единици

па е сосема очекувано и нормално во иднина главен акцент да се стави на овој Трговски Центар.

Проблемите со кои се соочуваат закупците, а и ние како закуподавачи во Т.Ц. Скопјанка се следните:

- Хигиената е на многу ниско ниво како последица на недоволната кадровска и техничка опременост.
- Недоволно тековно и инвестиционо одржување на објектот како резултат на еден пасивен однос.
- Проблеми со нарко зависниците и чести кражби поради недоволен број на обезбедувачи. Моменталното обезбедување се состои од четворица обезбедувачи со лиценца кои работат во три смени.
- Проблеми со електричната инсталација и бесправно приклучени закупци.
- Проблеми со недоволен број и несоодветни санитарни јазли.

За решавање на овие проблеми се предлагаат следниве предлози и мерки:

- Зголемување на бројот на хигиеничари и набавка на машини за машинско чистење, или ако дозволува финансискиот план, во соработка со закупците, сопствениците на деловните објекти и државните институции кои користат деловни простории во Т.Ц. Скопјанка ангажирање на фирма за одржување на хигиената.
- Молерисување на Трговскиот Центар и на фасадата.
- Поправка на сливниците и хидроизолацијата како би се заштитиле локалите од поплави.
- Решавање на проблеми со зголемен број на светлечки места и замена на прегорените и на постоечки светилки со енергетски исплатливи светилки.
- Изработка и монтирање на железни решетки на скалишниот простор за да се изолираат влезовите во подрумскиот дел и на катот после 22:00 часот.
- Формирање на работна група (комисија) која во координација со ЕВН на терен ќе ги испитува недостатоците, и ќе ги исклучува бесправно приклучените корисници.
- Реконструкција на постоечките санитарни јазли и изнаоѓање начин и можност за изработка на нови санитарни јазли за приземјето и катот.

Предлози за успешно стопанисување со ТЦ Скопјанка :

-Дозволување на пренамена на деловниот простор на поширок спектар на бизниси, со цел зголемување на шансите за закуп од страна на потенцијални закупници/инвеститори. (Пример: Реконструкција на пристапите за подрумскиот паркинг простор, како и можност за отворање на специјализирани продавници за возила или доколку дозволуваат условите сервис/сar wash.

-Реновирање и пренамена на деловниот простор на горниот спрат, модернизација и отворање на различни можности за закуп на просторот, како и отворање на можности за доградба на дополнителен простор. (Пример: Може да се даде под закуп на некој ланец супер маркети или сличен вид на продавници кои користат огромен простор, од типот на Jumbo во Веро Центарот)

- Предлог и преговори со адвокатските канцеларија кои до сега беа лоцирани на Адвокатската Улица , за нивно реалокација во ТЦ Скопјанка.

6. Маркетинг план.

Добро започнат и соодветно распределен маркетинг план претставува основа за успех на самото претпријатие. Па како една од најбитните алатки за било кој успех на некоја компанија е одговорен маркетинг планот. Веруваме дека маркетингот претставува клучен елемент на нашето претпријатие, со цел да нашата целна група да слушне за нас и за нашите понуди и услуги кои ги нудиме. Врз основа на детални анализи и подготовки се предложуваат неколку типови на маркетинг како најсоодветни за дејноста која ја вршиме, и тоа: јавен маркетинг, интернет маркетинг, рекламирање и промотивни настани.

Сепак пред воопшто да започнеме со било каков маркетинг, потребно е изработка на лого на самото претпријатие, со цел диференцирање и препознатливост на пазарот. Воедно како пропратен дел на самата изработка на лого е и изработка на интернет страна, со што ќе се потврди и нашето интернет присуство и доминантност на пазарот, знаејќи дека самиот интернет е најдобрата алатка за во буквална смисла. Покрај логото изработка на комплетен пропратен брендиран материјал. Нотеси, брендирање на возила, униформи, визит карти, меморандуми, папки итн.

Во прилог е појаснет маркетинг планот, како и битноста на истите и потребата за нашето позиционирање на пазарот преку овие маркетинг алатки.

-**Јавен маркетинг** – целта е постојано информирање во медиумите за преземените активности, кои ќе ги информираат за нашиот бизнис и нашите деловни иницијативи. Воедно ќе се воспостави и една низа на ланчано информирање за сите преземени активности во сите области на нашето делување: реновирање на објекти, инвестирање, промоции и сл. Како и промовирање на претпријатието преку интервјуа со претпоставените управители на јавното претпријатие т.е. директорот.

-**Промотивни настани** – како дел од одговорната работа и општествената одговорност и како една од главните активности на ЕУ е и самото присуство и

потпомагање на општеството во кое делуваме. Затоа во овој дел се предвидени сите активности поттикнати преку – донирање, спонзорства, хуманитарни настани и сл. Знаејќи дека токму ваквите настани ја влечат целата мас медиа и дека токму ваквите настани ќе ја допрат јавноста и нашите клиенти. Па така се планираат отпишување на стари и користени компјутери, галантерија, мебел, и слично, и нивно донирање во домот за деца без родители – 11 Октомври, СОС Детско Село, или во друга слична институција.

-Интернет маркетинг – интернет присуството е од голема важност доколку сакаме клиенти и потрошувачите да слушнат за нас. Па затоа голем дел му додаваме токму на маркетингот и на активностите во врска со него. Присуството на познатите интернет портали, како и изработката на наша интернет страна е од голема предност во доминирање и освојување на пазарот. Па како такви поставување на банери на познатите интернет портали (кајгана, точка итн) со наши деловни простори и објекти за изнајмување. Отварање на наша fan страна на популарните социјални модули Facebook, twitter итн, поставување на банери на сајтови наменети за огласување и рекламирање како што се www.pazar3.mk, www.airlija.com, и други слични кои функционираат на територија на републиката.

-Рекламирање и модернизација на начинот на издавање на деловни објекти – иако може да биде голем генератор на финансии, сепак е и голем потрошувач. Затоа рекламирањето во познати печатени, радио и ТВ медиуми ќе го сведеме на минимум, но сепак ќе мораме да досегнеме и до тој дел на нашата целна група. Тоа ќе се направи после детална анализа на целната група и на медиумите кои ги користат. Како предлог во овој момент се следниве печатени медиуми: Капитал, Фокус, Нова Македонија и сл. Радио – City Радио, Антена, Метрополис и како телевизиски медиуми – Канал 5, Сител итн. Изработка на редовен деловен информатор кој ќе ги содржи сите информации поврзани со работата на АД, измените во законот, контактни информации за дискусија, сугестии и критики, итн. Ќе биде печатен во одредени периоди (месечно, на три месеци, на шест месеци или слично во склоп со буџетните можности). Може да биде испраќан по пошта до компании на територијата на Р.Македонија, да биде доставуван до инкубаторите за поддршка и развој на мали и средни бизниси, да биде поделен на клиентите на Централниот регистар на РМ итн.

Рекламирање на начините на кои граѓаните можат да поднесат свои идеи и сугестии како и да учествуваат во инвестирањето во реновацијата/пренамената/доградба/надградба на објектите. Искористување на тн. Герила маркетинг. Овој начин беше докажан во изминатите години како највоочлив и како начин кој најлесно допира до одредената таргет група. (Пример: На одреден број клупи во градските паркови да се монтираат монтажни канцелариски бироа, со комплетен инвентар (компјутери, телефони, печатачи – кои секако нема да бидат вистински) на одреден временски период, со испишана порака: Get your own office! Или слично)