



IZDAVAČ: Udruženje za promociju evropskih standarda i unapređenje poslovnog ambijenta Poslovni portal CAPITAL.ba, Banja Luka, Republika Srpska, Bosna i Hercegovina

Glavni i odgovorni urednik: Siniša Vukelić

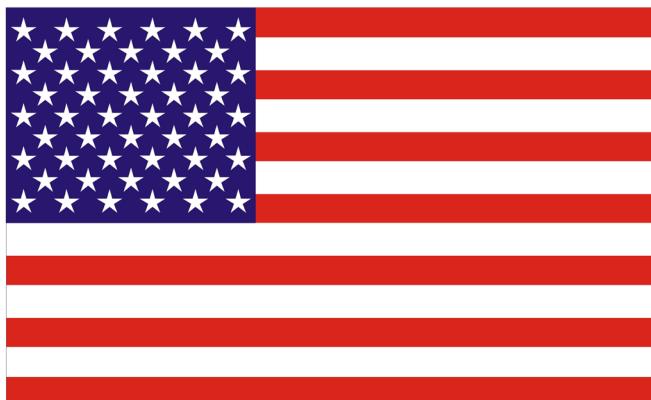
AUTORI: Siniša Vukelić, Marina Čigoja, Svjetlana Šurlan,
Dragana Eremija, Milica Pralica

April 2019. godine

Projekat „Svijetla strana BiH“ realizovan je uz pomoć granta Ambasade Sjedinjenih Američkih Država u Bosni i Hercegovini.

Svijetla strana BiH

Funding provided by the United States Government



USPJEŠNI BEZ POLITIKE

Pokretanjem privatnog biznisa, u praksi testirajući ideju, stavljate na kocku kapital, reputaciju, slobodno vrijeme, sigurnost, a vrlo vjeroatno i budućnost vlastite porodice. I tako je u cijelom svijetu. U BiH je to znatno teže, kao i sve u ovoj zemlji. Kada sam sa suprugom Brankom pokretao portal CAPITAL 2007. godine, pored dvoje djece i stalnog zaposlenja u drugim medijima radili smo paralelno na sajtu i 18 časova dnevno i često znali zaspati za tastaturom. Kolebanje i pitanja (zašto smo uložili svu uštedevinu, zašto smo se zadužili, kako dalje, da li je vrijedno truda) roje se svaki sat. Nismo odustali.

I zato razumijem sa kakvim se poteškoćama suočavaju privrednici u ovoj zemlji kada pokreću ili vode već uhođan biznis. Ovo je priča upravo o njima, samostalnim preduzetnicima, malim i srednjim preuzećima. Hrabrim i odlučnim koji se nisu zadovoljili ograničenim radnim vremenom i sigurnom platom. Sve su stavili na kocku i uspjeli su. Protiv sebe nisu imali samo tržište, konkureniju, sigurnost porodice, već i ono čime njihove kolege u razvijenim zemljama ne razbijaju glavu - više nivoa vlasti, 13 vlada, Savjet ministara BiH... Nije samo veliko poresko opterećenje za hranjenje sporog, glomaznog birokratskog aparata problem. Brojne razlike u pravnoj interpretaciji zakonskih propisa između ministarstava i nadležnih institucija stvaraju neizvjesnosti u poslovanju.

Taj raskorak između domaće prakse i evropskih vrijednosti kojima BiH teži i između poslovanja po zakonu i po političkom diktatu poseban je izazov za privrednike u BiH u kojoj je sve više ugašenih firmi.

Zato su nam važni oni koji su ostali i opstali. Novinari portala CAPITAL.ba u prethodnom periodu nastojali su da pronađu privredne subjekte koji su uspjeli da osvoje domaće ili strano tržište bez političkih veza i dobijanjem unosnih poslova od države. Takvih ima mnogo, što je teško povjerovati, jer mjesta u medijima uglavnom dobijaju oni veliki kada dobiju posao na namještenom tenderu. U ovoj brošuri donosimo vam priče neke od njih, samostalnih preduzetnika koji razvijaju uspješne brendove i jedinstvene proizvode, o malim preuzećima koja se kvalitetom bore za mjesto na domaćem tržištu, ali i velikim firmama koje su postale partneri renomiranih svjetskih kompanija.

Pozitivnim primjerima poslovanja željeli smo da ohrabrimo i podstaknemo mlade i inovativne ljude da počnu da se bave privatnim preduzetništvom, da ne čekaju da im posao da država, stranka, prijatelj ili član porodice u javnom preuzeću, da preuzmu inicijativu, rizikuju i da ostvare uspjeh koji će tada biti samo njihov. Samo na taj, istina teži način, neće ga nikom dugovati. Naši primjeri pokazali su da se to isplati.

Siniša Vukelić

NAJVEĆA FABRIKA STOČNE HRANE U BiH

Fabrika stočne hrane „Farmofit“, u vlasništvu porodične firme „Rapić“ iz Gradiške, počela je sa radom 2011. godine u Lijevče polju. Danas je „Farmofit“ respektabilan brend, sinonim za kvalitet, brz i kvalitetan tov i pouzdanost u radu.

Fabrika stočne hrane „Farmofit“ izgrađena je 2010. godine, a sa radom je počela u aprilu 2011. godine kao najveća fabrika stočne hrane u Lijevče polju. Kapacitet fabrike je 20 tona gotove smješe na sat vremena, odnosno više od 100.000 tona godišnje.

- Sa skladišnim kapacitetom od oko 25.000 tona u mogućnosti smo da otkupimo svu sirovinu domaćeg porijekla, što je naš prevashodni cilj, kako bismo domaćem poljoprivredniku pomogli koliko god je to u našoj moći - kaže direktor „Farmofita“ Vojislav Rapić.

On kaže da je od samog osnivanja fabrike akcenat bio na kvalitetu i

pouzdanosti i da su se prvi rezultati njihovog rada vidjeli već krajem 2011. godine. Na samom početku rada, u aprilu 2011. godine, ova firma je zapošljavala 35 radnika, od kojih je samo deset bilo u proizvodnom dijelu firme, dok danas zapošljava više od 90 radnika, od kojih je blizu 60 u proizvodnom dijelu firme.

„Farmofit“ svoje proizvode isporučuje na farme pilića širom BiH preko kooperantskih odnosa velikih klaonica brojlera, dok su vrećice „Farmofit“ stočne hrane zastupljene u svakoj bolje snabdjevenoj poljoprivrednoj apoteci širom države.

- U ovom trenutku, radi podmirenja domaće potražnje, nismo se odlučili za izvoz naših proizvoda. Sa naše tačke gledišta, stočna hrana vrhunskog kvaliteta nije proizvod koji trpi velike transportne troškove, tako da smatramo da nam izvoz proizvoda u ovom trenutku i nije prioritet. Zadovoljenje potreba domaćih



proizvođača je naš trenutni fokus - naglašio je Rapić.

Kazao je da je preduzeće „Rapić“, zajedno sa fabrikom stočne hrane „Farmofit“, kompanija koja raste iz godine u godinu.

- Čvrstog smo uvjerenja da u ovom trenutku imamo najkvalitetniju podršku na terenu za sve potrebe kupaca naše hrane, a čine je najsposobniji komercijalni tim mladih ljudi i vrlo pedantan i organizovan logistički tim. Dobit preduzeća iznosi oko 1,5 miliona KM za 2017. godinu - kazao je Rapić.

Ova firma u proteklom periodu je imala značaje investicije koje su doprinijele njenom rastu, a u istom smjeru, kako navode, planiraju da nastave i u budućnosti.

- Ove godine smo priveli kraju još jednu milionsku investiciju, kao što je bio slučaj u posljednje četiri godine. Finalizovana je nova saobraćajnica od šest rinfuznih celija, svaka kapaciteta od 30 tona, što znači da smo povećali skladišni kapacitet gotovih proizvoda na ukupno 450 tona - naglasio je Rapić.

Istiće da su početkom marta instalirali i novu automatsku pakericu najvećeg kapaciteta svjetski renomiranog

proizvođača te da su sa svim ovim investicijama „Farmofit“ proizvodi dostupniji kupcima.

- Završetkom ovih investicija javila se potreba za četiri nova radna mjesta, što zasigurno nije kraj širenja našeg tima - rekao je on.

Kao jedan od velikih problema u poslovanju Rapić navodi stav potrošača koji uglavnom smatraju da je strani proizvod uvijek bolji.

- U BiH i dalje vlada mišljenje da je strani proizvod automatski kvalitetniji i to je tako u mnogim granama privrede, pa i u našoj. Mada se percepcija potrošača mijenja, to je ipak spor i mukotrpan proces. Kao osoba koja je studije završila u inostranstvu i vratila se u rodni kraj, duboko sam uvjeren da se radom, zalaganjem i zajedničkim djelovanjem i ovdje mogu stvoriti fantastične stvari - zaključio je Rapić i dodao da se mijenja stav države prema privredi, ali da je bez kvalitetne proizvodnje koja za sobom vuče kvalitetnu primarnu poljoprivrednu proizvodnju teško očekivati značajniji napredak u cjelokupnom društvu.

POUZDAN PARTNER RENOMIRANIH EVROPSKIH FIRMI

Braća Stipo, Ivica i Mile Marić sa svega pet zaposlenih 2007. godine pokrenuli su firmu „SIM technik“ u Kotor Varošu koja je danas izrasla u prepoznatljivu kompaniju sa 270 radnika. Uspješno poslovanje u prvoj deceniji postojanja planiraju da nastave, a da su na pravom putu potvrđuje i podatak da u ovoj godini planiraju zaposliti novih 50 radnika.

Iako su relativno mlada firma, u „SIM techniku“ kažu da su u dosadašnjem desetogodišnjem radu razvili imidž pouzdanog partnera za sve kupce i korisnike usluga.

- Počeli smo da radimo 2007. godine sa dva CNC stroja i pet zaposlenih, a trenutno posjedujemo 130 najsavremenijih CNC obradnih centara i 270 zaposlenih, pretežno mladih radnika, sa perspektivom

zapošljavanja dodatnih 50 novih radnika - kažu u ovom preduzeću.

Osnovna djelatnost preduzeća je visoko tehnološka obrada pozicija od metala i plastike, uz poštovanje visoke preciznosti i rokova isporuke koje se plasiraju uglavnom na tržište Evropske unije.

Djelatnost ovog preduzeća je koncipirana na izradi mašinskih dijelova u pojedinačnoj i maloserijskoj proizvodnji. Najznačajniji kupci „SIM technika“ dolaze iz Njemačke i to su firme „Ina Schaeffler“, „Röders“, „ThyssenKrupp“, „Gämmeler“ i „Robert Bosch“.

Kažu da im je cilj da u bliskoj budućnosti kupcima omoguće cijelokupan proces proizvodnje od nabavke materijala, izrade poluproizvoda do montaže gotovog proizvoda, te veću zastupljenost na tržištu i



ispunjene specifičnih zahtjeva i očekivanja kupaca.

Međutim, ambiciozne planove mogli bi da uspore problemi sa kojim se ova, kao i mnoge druge firme suočavaju, a to je nedovoljno briga vlasti o privredi, kao i sve izraženiji nedostatak radne snage.

- Najveći problem sa kojima se susrećemo su nedostatak podsticaja za novozaposlene radnike, kao i neobučenost kadrova, zbog čega smo primorani da sami obučavamo radnike. Takođe, nepo- stjeća komunalana infrastruktura jedan

je od velikih problema koji nam otežava rad - naglasili su u ovom preduzeću.

Istakli su i da se u njihovim proizvodnim halama obavlja praksa za učenike lokalne srednje škole. Radnik ove firme, operator na CNC mašini Vanja Arnautović, kaže da u firmi radi već šest godina i da ne bi ništa mijenjala.

- Uslovi su odlični, plate su dobro iznad prosjeka za metalki sektor. Ko hoće, taj može da radi i da napreduje - kaže Arnautović.



OD MALE FIRME DO VELIKOG IZVOZNIKA

Od male zanatske firme koja je zapošljavala samo dva radnika, „Metalac MBM“ iz Dervente danas je izrastao u velikog izvoznika i pouzdanog partnera inozemnim firmama. Ovo preduzeće, koje proizvodi opremu za građevinarstvo, u prošloj godini je ostvarilo najbolje rezultate od kada postoji, a taj trend nastavilo je i u 2018. te je počelo i izgradnju nove proizvodne hale vrijedne 1,5 miliona KM.

Vlasnik i direktor Slobodan Golub kaže da je njegova firma zahvaljujući uvođenju robota u proizvodni proces, ali i prepoznatljivom kvalitetu, uspjela lani da poveća proizvodnju za čak 91 odsto.

Golub priča da je 1997. godine otvorio malu zanatsku radnju koja je u tom

periodu zapošljavala dva radnika. Nakon dvije godine „MBM Metalac“ postaje društvo sa ograničenom odgovornošću sa pet radnika. U narednih devet godina radili su samo za italijanskog kupca za kojeg su pravili navojne spojnice za građevinske podupirače. U tom periodu posao je, kaže vlasnik firme, išao izuzetno dobro i imao je i do 35 zaposlenih.

– Međutim, 2008. godine nastaje velika ekonomski kriza. Kao i mnogi, i mi smo bili žestoko pogodjeni time i do početka 2009. godine morali smo da se vratimo na 15 zaposlenih – rekao je Golub.

Dodaje da ga to nije pokolebalo i da je već tada počeo da razmišlja o novim tržištima, prije svega austrijskom.



– Krenuli smo da radimo dva proizvoda za jednu austrijsku firmu. Ta proizvodnja je stalno rasla, a pustili smo u rad i jednu novu halu od 1.500 kvadrata. Od 2013. godine smo uveli i neke nove proizvode i od tada se naša firma vodi i kao povlašćeni izvoznik, odnosno imamo kućno carinjenje koje nam omogućava da kvalitetno izvozimo brže i sa daleko manje problema – naglasio je Golub.

Proizvodnja je konstantno rasla da bi prošle godine „Metalac MBM“ ostvario ubjedljivo najbolje rezultate u dosadašnjem postojanju i u odnosu na 2016. godinu.

– Zabilježili smo porast proizvodnje za čak 91 odsto. Ta proizvodnja se zasnivala na uvođenju dva nova robova za zavarivanje, lasera za sjećenje crnih metala i nove opreme. U prošloj godini smo zaposliли i 17 ljudi. Sve to je dovelo do ovog rasta – kazao je Golub i dodao da su njihova najznačajnija tržišta Austrija, Njemačka i Slovenija.

Govoreći o uvođenju robova u proizvodni proces Golub je rekao da je prije dvije godine ušao sa strepnjom kako će sve to ići, ali da je već nakon nešto više od godinu dana kupio i drugog robova te da ozbiljno razmišlja i o trećem. „Metalac MBM“ danas zapošljava oko 70 radnika, a velike planove ima i za naredni period.

– Kupili smo oko 17 dunuma zemljišta u susjedstvu. Počeli smo gradnju hale od 2.000 kvadratnih metara, jer nam se već nude i novi izvozni poslovi. U februaru ili martu iduće godine ta hala bi trebala da bude u upotrebi kada planiramo i zapošljavanje dvadesetak novih radnika – rekao je Golub.



Najveći problem sa kojima se ova firma suočava je nedostatak kvalitetne radne snage.

– Imamo solidne plate. Naša bruto plata u ovoj godini kreće se od 1.400 do 1.650 KM. Borimo se da kvalitetno platimo radnike, ali i dalje imamo problem odliva kvalitetne radne snage – kazao je Golub i dodao da su velike obaveze na plate takođe jedan od problema te da očekuje da će one biti smanjene kako bi mogao ponuditi još veće plate radnicima.

Golub posebno naglašava da je sve što je prethodnih godina postigao uspio isključivo zahvaljujući predanom radu, bez bilo kakve političke podrške.

– U posljednjih najmanje deset godina posvetio sam se isključivo firmi i porodici. Gledam svoj posao, niko mi ne smeta, ali mi niko i ne pomaže. Najveći elan mi daje porodica – naglasio je Golub.

Firma „Metalac MBM“ 2016. godine proglašena je za najuspješnije privredno društvo u kategoriji malih firmi.

MLJEKARA „PAĐENI“ – PREPOZNATLJIVI HERCEGOVAČKI BREND

Bračni par Radomirka i Nenad Vukoje prije 18 godina odlučio je da pokrene malu mljekaru „Pađeni“ u kojoj su radili samo njih dvoje. Iako je početak bio neizvjestan, velikim zalaganjem i vjerom u ono što rade Radomirka i Nenad uspjeli su da od svoje firme naprave jedan od najprepoznatljivijih brendova u BiH i regionu.

Mljekara „Pađeni“ osnovana je 1999. godine u Bileći i početni kapacitet je iznosio skromnih 130 litara mlijeka na dan. Danas je to savremno opremljeni pogon koji ima dnevni kapacitet prerađe do 50.000 litara svježeg mlijeka koje se otkupljuje od oko 950 kooperanata sa područja 16 opština Hercegovine, Romanijske i Podrinja.



Njihovi proizvodi prodaju se u trgovinama širom BiH, izvoze ih u Crnu Goru, a u planu je i širenje na tržište Evropske unije. Vlasnik Mljekare „Pađeni“ Nenad Vukoje kaže da su na samom početku u mljekari radili samo on i supruga, dok su danas izrasli u poslodavca koji zapošljava značajan broj radnika i ima veliki broj kooperanata.

- Danas zapošljavamo 120 radnika od kojih petnaestak posjeduje visoku stručnu spremu. Početak je, kao i svaki drugi, bio pun neizvjesnosti, ogromne volje, želje i hrabrosti da se samo uspije opstati i prehraniti porodicu - kazao je Vukoje.

Najprepoznatljiviji proizvodi Mljekare „Pađeni“ su tradicionalni proizvodi kao što su mladi kajmak, kajmak iz mještine, sir iz mještine, kao i torotan. U ovoj kompaniji kažu da se svi proizvodi spremaju na tradicionalni način po receptima naroda koji žive na ovim prostorima. Vukoje kaže da su njihovi proizvodi za sada prisutni samo u Crnoj Gori, ali ne planiraju na tome da stanu. Tržište EU i te kako je interesantno za ovu kompaniju.

- Naši proizvodi su trenutno prisutni na području Crne Gore, a planiramo da širimo izvoz i prema EU i drugim zemljama, jer već imamo izvoznički broj. Za izvoz je kompletan program atraktivn i on je plasiran u Crnoj Gori - kaže Vukoje.

Mljekara „Pađeni“ je jedna od kompanija koja je u proteklom periodu unaprijedila poslovanje uz podršku EBRD-a i EU kroz projekat „Podrška konkurentnosti malih i srednjih preduzeća u Bosni i Hercegovini (BiH-SME-CSF)“. Ovaj projekat pomaže malim i srednjim preduzećima da uvedu potrebno unapređenje u proizvodnim linijama i poslovanje usklađe sa EU direktivama u području zaštite okoline, profesionalnog zdravlja i sigurnosti i kvaliteta proizvoda.

Vukoje kaže da u narednom periodu planiraju povećanje obima otkupa, prerađe i prodaje za 23 odsto. Planiraju da ulože još oko milion maraka u preradu, otkup i distribuciju mlijeka i za to su već napravljeni poslovni planovi.

- Realizacijom pomenutih planova bićemo sposobljeni da možemo prerađiti do 100.000 litara mlijeka - kazao je Vukoje.

Preduzeće svake godine ima dobre poslovne rezultate iskazane po povećanju prometa, prerađe, otkupa mlijeka, ulaganja u proizvodnju, otkupa i distribucije



gotovih proizvoda. U Mljekari „Pađeni“ posebno vode računa o zaposlenima, a mnogi od njih su dugogodišnji radnici ove biločke kompanije.

- U firmi radim od njenog osnivanja, tačnije 18 godina. Prošla sam kroz sve njene razvojne faze. Na početku sam radila više poslova, a sada radim kao šef proizvodnje. Zadovoljna sam uslovima, kao i napredovanjem na poslu, radnim uslovima i ličnim primanjima - kaže radnica Vesna Bošković.



PORODIČNA FIRMA „SMILJEVAC PROM“ IZVEZLA 67 JAHTI



Porodična firma „Smiljevac prom“ iz podmajevičkog sela Smiljevac kod Lopara proizvela je u prošloj godini 67 jahti i čamaca koje je prodala kupcima širom svijeta. Proizvodi ove firme se, preko austrijske kompanije za koju već godinama rade, prodaju širom svijeta, a najveći dio završava na jezerima i morima u okruženju.

Ovo malo porodično preduzeće već 14 godina uspješno se bavi proizvodnjom jahti i čamaca, a vlasnici Goran Gajić i Milenko Babić zanat su prvo „pekli“ u austrijskoj firmi „Sunbeam“ sa kojom i danas saraduju.

Jedan od vlasnika i direktor firme „Smiljevac Prom“ Goran Gajić rekao je da je sama zamisao o proizvodnji jahti na Majevici krenula 1989. godine kada

su počeli da rade u austrijskoj firmi „Sunbeam“ na proizvodnji jahti i čamaca.

- Čovjek uvijek mašta kako bi jednoga dana mogao da se vrati u svoju rodnu grudu i da tu pokrene posao. Mi smo nekoliko godina radili u Austriji, stekli iskustvo i 2004. godine dio proizvodnje te firme preselili u naše rodno mjesto Smiljevac. Tu smo počeli da proizvodimo čamce i jahte za matičnu firmu u Austriji. Sada radimo jahte koje mogu da stanu na šleper, odnosno jahte do 2,5 metara širine i dužine 6,5 do sedam i osam metara - rekao je Gajić.

Kaže da saradnja sa austrijskom firmom traje i danas i da se na toj saradnji zasniva njihova osnovna proizvodnja.

- Od te firme nismo imali nikakvu finansijsku pomoć. Njih je zanimalo samo da dobiju kvalitetan proizvod, a hoćemo li mi to proizvoditi na njivi, u



garaži ili u kvalitetnoj proizvodnoj hali njih nije interesovalo. Imali su povjerenje u nas da ćemo to kvalitetno da uradimo. Imali smo tada ogromno ulaganje da se napravi kvalitetna proizvodna hala sa svim standardima koji zadovoljavaju uslove za proizvodnju - naglasio je Gajić.

Ova firma trenutno zapošljava pet radnika, a Gajić kaže da su prije krize zapošljivali i do devet radnika zbog mnogo većeg obima posla. Broj jahti i čamaca koje proizvedu varira od godine do godine, a maksimalan broj koji su uspjeli da proizvedu u toku jedne godine je 67.

- Taj broj smo postigli u prošloj godini i to je najveći broj jahti koje smo u toku jedne godine proizveli - rekao je Gajić.

Cijene jahti koje se proizvode u Loparama kreću se od 40.000 evra pa naviše, ali Gajić kaže da to nije cifra koju oni dobijaju, s obzirom na to da se kod njih pravi poluproizvod.

- Mi imamo oko deset odsto te cijene za dio posla koji radimo, a to je kompletan kostur, dok se enterijer dograđuje u pogonima u Austriji - naglasio je Gajić.

Iako „Smiljevac prom“ predstavlja malu porodičnu firmu, planovi za naredni period su im veliki, a trenutno razgovaraju sa jednom švajcarskom firmom sa kojom bi već od jeseni mogli da postignu dogovor i pokrenu proizvodnju i za njih.



KOZJI SIR SA PLANINE OČAUŠ OSVAJA KUPCE



Farmer iz Teslića Miroslav Klječanin nakon gotovo dvije decenije provedene u Italiji odlučio je da se vrati u BiH i da u Gornjem Očaušu pokrene farmu alpskih koza sa mljekarom za preradu kozjeg mlijeka i proizvodnju mliječnih proizvoda „Mons Produkt“ koja iz dana u dan raste.

Klječanin kaže da se prije četiri i po godine odličio da pokrene farmu, a nedugo nakon toga i proizvodnju sira. Nakon četiri godine postojanja farma, koja se nalazi na 950 metara nadmorske visine, danas ima 230 koza. Iako ima kapacitet za 500 grla, zasad ne planira da ide na toliko povećanje broja koza.

– Farma se nalazi na planini Očauš, udaljenoj od Teslića oko 40 kilometara. Ovdje radimo u prirodi gdje nema velikih zagađivača, maksimalno iskorištavamo

ispasu, što kozama daje dodatni kvalitet. Jedna koza u prosjeku daje 2,5 litra mlijeka dnevno. Onda od toga proizvodimo sir – kaže Klječanin.

On je istakao da je odlučio da se poslije dvije decenije provedene u Italiji vrati u rodni kraj i da pokrene malu proizvodnju upravo nakon što je vidoj da slična proizvodnja тамо dobro funkcioniše.

– Tamo je značajno povećano interesovanje ljudi za ovakvu proizvodnju. S obzirom na to da ljudi konstantno odlaže sa ovih prostora, ja sam odlučio da se vratim i pokušam sa biznisom kojim se mahom počinju da bave i ljudi vani – rekao je Klječanin.

Kazao je da je njegova firma u početku zapošljavala tri radnika, dok ih sada ima šest. Upravo je nedostatak radne snage jedan od problema sa kojima se u poslovanju susreće. Kada su u pitanju



ostvareni rezultati kaže da svake godine radi na unapređenju tehnologije kako bi osigurao povjerenje krajnjih kupaca.

– Zadovoljan sam do sada ostvarenim rezultatima. Imao sam velike investicije tako da finansijski rezultati možda i nisu toliko vidljivi, ali vremenom će se to povećavati. Imamo jaku konkureniju na domaćem tržištu, gdje veliki udio u prodaji pokrivaju strani proizvodi. Najveći problem je niska cijena uvozne

sira, ali tu su i druge prepreke. Ali, nije idealno ni vani – istakao je Klječanin.

Govoreći o tome koliko je težak put do uspjeha bez političke podrške, Klječanin kaže da se nikada nije oslanjao na politiku i da se vodi samo svojim radom. Podrška države ipak bi, kaže on, mogla da bude bolja.

– Podsticaji nisu nešto veliki, a često i kasne, tako da se ne možemo u potpunosti osloniti na njih i računati da ćemo ih dobiti na vrijeme – zaključio je Klječanin.



DIJELOVI IZ GRADIŠKE U SPORTSKIM AUTOMOBILIMA „AUDIJA“ I „MERCEDESA“



Za nešto manje od deceniju i po postojanja, firma „TIKT manufaktura“ iz Gradiške uspjela je da osvoji zahtjevno evropsko tržište i da postane partner auto-gigantima poput „Audija“, „Mercedesa“ i „Poršea“ u čijim sportskim automobilima su dijelovi proizvedeni upravo u ovoj firmi.

Braća Krešimir i Tomislav Bodrožić osnovali su firmu „TIKT manufaktura“ u Gradišći 2004. godine. Na samom početku firma je zapošljavala svega pet radnika, a danas je izrasla u respektabilnu kompaniju koja zapošljava oko 70 radnika, prisutna je na zahtjevnom evropskom i svjetskom tržištu i baziрана je na metalku, auto i medicinsku industriju.

Jedan od vlasnika i direktor firme Krešimir Bodrožić kaže da su on i brat vlasnici ove firme koja se bavi CNC obradom metala i nemetala. Osim u Gradišci,

imaju firmu i u Njemačkoj koja je baziранa na prodaju i razvoj dijelova.

- Kupci su nam uglavnom firme iz Njemačke, Austrije i Švajcarske. Dijelom su to kompanije iz autoindustrije, a dijelom iz mašinske i medicinske industrije. Radimo za odjeljenja razvoja i trkaća odjeljenja „Audija“, „Poršea“ i „Mercedesa“. To nije velika serija, ali jeste značajna za nas, jer se radi o veoma komplikovanim komadima za trkaće automobile - rekao je Bodrožić i dodao da su se trenutno posebno bazirali na saradnju sa „Mercedesom“ i američkim korvetama gdje su među najboljima u Evropi i svijetu.

Istiće da je na saradnju sa svjetskim automobilskim kompanijama uticala njihova ljubav prema automobilima, ali i poznavanje materije.

- Brat i ja volimo automobile, imamo malo benzina u krvi, tako da je ta veza

sama po sebi nastala. Kroz razvoj naših automobila bili smo prisutni na brojnim stazama i privukli smo pažnju različitih firmi. Oni su prepoznali da smo jako fleksibilni, brzi i precizni i da se razumijemo u to što proizvodimo. Sve to dovelo je do saradnje sa poznatim svjetskim firmama - rekao je Bodrožić.

Kaže da se firma iz godine u godinu razvija i da su ti rezultati posebno vidljivi u posljednjih godinu dana. Ne krije da imaju velike planove za naredni period. Firma godinama unazad posluje pozitivno, trenutno zapošljava oko 70 radnika, a u ovoj godini planira da ostvari prihod između četiri i pet miliona KM.

- Svih godina poslujemo pozitivno, ali tu dobit uglavnom reinvestiramo. Upravo zbog toga i nismo mnogo zaduženi - kaže Bodrožić.

Nakon godina provedenih u iznajmljenom prostoru, braća Bodrožić planiraju da izgrade i sopstvenu halu u kojoj planiraju da prošire proizvodni proces.

- Kupili smo oko 4.500 kvadrata zemljišta na kojem planiramo da gradimo svoju proizvodnu halu kao dodatnu mogućnost proširenja proizvodnje. To je prekoputa sadašnje proizvodnje, tako da je usko vezano. Ostaćemo na sadašnjem mjestu, a proširićemo se i na novu halu koju ćemo početi graditi na proljeće. Prošle godine smo imali velike poduhvate kada smo kupili sedam-osam novih mašina koje su nam bile potrebne. U roku od jedne godine povećali smo kapacitet za jednu trećinu - kazao je on i doda da je od prošle godine do sada zaposleno oko 25 do 30 novih radnika.

Govoreći o problemima sa kojima se susreću, Bodrožić je rekao da ih i nemaju previše, ali da bi kao jedan od problema izdvojio „neke nelogične interpretacije zakona“. Takođe, problema ima i sa nedostatkom kvalifikovane radne snage.

- Dobiti kvalifikovanu radnu snagu koja brzo može biti produktivna je zadata veliki problem. Jedan od problema je i što su bankovne usluge jako skupe - istakao je Bodrožić.

Kazao je da i dalje najviše rade u mašinskoj industriji, a poseban akcenat stavio je na saradnju sa firmama koje proizvode specijalne mašine, između ostalog mašine za testiranje mikročipova i za bušenje štampanih ploča koje rade procesnu tehnologiju u autoindustriji i druge.

- To su nam najveći kupci. Ali, značajan prihod ostvarujemo i u autoindustriji - naglasio je Bodrožić.

Kazao je i da su brat i on veći dio vremena proveli u Njemačkoj i da nemaju nikakvih političkih niti drugih veza u RS. Za pokretanje firme u Gradišći odlučili su se, kako kaže, iz praktičnih razloga, a jedan od glavnih je blizina granice.



RADIJATORI OD INOKSA KVALITETOM OSVOJILI NJEMAČKU, AUSTRIJU, ŠVAJCARSKU...



Jedinstveni radijatori od inoksa u Bosni i Hercegovini se proizvode u Jelahu u firmi „ES-sthal“, a svojim kvalitetom osvojili su zahtjevno tržište Njemačke, Austrije, Švajcarske i zemalja Beneluksa.

Kompaniju „ES-sthal“ 2006. godine pokrenuli su rođaci Sabahudin i Tahir Mehmedović u Tešnju zaposlivši tri radnika na poslovima prerade čelika. Iduće godine imali su već šest radnika. U ovoj firmi danas radi oko 15 zaposlenih koji proizvode radijatore, nadstrešnice, kapije, stubišne, balkonske i dvorišne ograde, montažne stepenice, bazene, namještaj... Jedan od novijih proizvoda koji su plasirali na tržište su i platforme za pokrivanje bazena.

– To su platforme na daljinsko otvaranje i zatvaranje. Niko ih u BiH, osim

nas, ne proizvodi. Rade se od čelične konstrukcije koja je površinski zaštićena, od rebrastog lima preko kojeg može da ide trava ili različite vrste podova – istakao je Sabahudin Mehmedović.

Kao jedinstven proizvod firme „ES-sthal“ izdvaja i inoks radijatore.

– To su kupatilski i drugi radijatori od inoksa. Izrađujemo ih po želji kupca, različitog dizajna i veličina. Koliko znam niko u BiH ne radi radijatore od inoksa, već se uvoze. Naš kvalitet je dokazan, izvozimo ih, testirani su na pritisak od 15 bara, pet puta su jači od običnih radijatora – pojasnio je Mehmedović.

Dodao je da uglavnom rade proizvode od inoksa.

– Imamo i gotove proizvode, kao što su kugle, polukugle, rukohvati. Radimo, između ostalog, i određene proizvode

koji spadaju u medicinsku opremu. To su proizvodi za stomatološke ordinacije, pokretni stolovi sa produžnim kablom-vima, montažna stepeništa – rekao je Mehmedović.

Dodaje da za firmu „Relax“ u Austriji proizvode krevete za invalide, nosače motora i podizače za te krevete te da je to jedan od poslova koji konstantno rade.

– Radimo po narudžbi mnogo stvari – od namještaja, najčešće stolove i stolice, do ograda, nadstrešnica. Za jednu firmu u Beču radimo elemente za kuhinje od inoksa. Uglavnom su nam kupci iz Njemačke, Austrije, Švajcarske, Luksemburga – priča Mehmedović.

Ovo tešanjsko preduzeće proizvodi i mašine za preradu voća, za mljevenje i za cijevljenje voća, kao i određene vrste sokovnika. Ako se proširi tržište i interes za njihovim proizvodima, najavljuju povećanje broja radnika.

– Trenutnih oko 15 radnika zadovoljavaju potrebe naše proizvodnje. Druga tržišta osim Evropske Unije ne pokazuju interes za naše proizvode, a niti smo mi za sada pokazali interes da izademo na druga tržišta – priča Mehmedović.

Kaže da nema problema s politikom i institucijama u BiH, jer s njima ne radi nakon što mu je nekoliko poslova propalo zbog namještenih tendera.

– Unaprijed se zna ko će dobiti posao, pojavljuju ce ranorazne kofer-firme, niko ne gleda reference, dodjeljuju poslove preduzećima koja nemaju ni aparat za varenje. Time bi

se neko u ovoj zemlji trebao baviti, ali nema ko – istakao je Mehmedović.

Dodaje da sopstvenim i radom zaposlenih u toj firmi obezbjeđuju pozitivno poslovanje.

– Nemamo ekstremno visoku dobit, poslujemo uglavnom pozitivno, firma je održiva, nismo zaduženi. Imamo poneki revolving kredit za obrt, ali nismo u milionskim kreditnim aranžmanima. Naš razvoj nije orijentisan u tom pravcu da se zadužujemo, mi dobit usmjeravamo na razvoj kompanije – naglašava Mehmedović.

U ovoj firmi ističu da je njihov dosadašnji rad rezultirao zavidnim povjerenjem kupaca, na šta je uveliko uticalo zadovoljenje ukusa, kvalitete i rokova.

– Zapošljavamo kvalifikovanu radnu snagu sa širokim spektrom mogućnosti u proizvodnji. Garantujemo za kvalitet ugrađenog materijala – poručuju iz „ES-sthala“.



PRODAO STAN DA BI PRAVIO PIVO ZA GORŠTAKE



Profesor engleskog jezika i muzičar Nikola Galić prošle godine pokrenuo je proizvodnju „Gorštak“ piva. Trud i želja za uspjehom već u prvoj godini rada dali su rezultat. Pivo „Gorštak“ našlo je put do kupaca širom BiH, a Galić ne krije da mu je želja da dođe i do inostranog tržišta i u tom pravcu već pregovara sa potencijalnim ino partnerima.

Poljoprivredna zadruga „Gorštak“, u okviru koje radi istoimena mala zanatska pivara, osnovana je krajem 2016. godine u Laktašima, a sa proizvodnjom je počela prošle godine. Pivara proizvodi nekoliko vrsta piva, a u planu su i nove vrste.

Cijela priča je, kaže Galić, rezultat ogromnog entuzijazma, želje i ljubavi za kvalitetnim domaćim pivom iz zanatske proizvodnje.

– Sama ideja o pokretanju pivare nastala je krajem 2014. godine kada sam

iz hobija počeo da prikupljam osnovnu opremu koja je bila dovoljna za male ture, bukvalno u kući. Naredne dvije godine sam se upoznavao sa materijom, učio o samom proizvodnom procesu i razmjenjivao iskustva sa drugim kraft pivarama iz regionala. Na kraju sam odlučio da prodam stan koji sam imao i da novac uložim u pokretanje ove ideje, a dio novca sam skupio putem „crowdfunding“ kampanje čiji je osnovni cilj bio početni marketing, jer se godinu dana prije izlaska na tržište čulo za „Gorštak“ pivo“ – kazao je Galić.

Kao i svaki početak, i ovaj je, kaže, težak i ne očekuje da odmah postigne ogromne rezultate.

– U prvih godinu dana rada manje-više sam učio kako prodavati ono što sam proizveo. Najbitnije je da se ljudi edukuju o tome šta je kraft pivo i na tome radim stalno. Trudimo



se da učestvujemo u organizaciji raznih festivala zanatskog piva i da prisustvujemo na njima – kazao je Galić i dodao da većinu poslova obavlja sam i da ima jednog radnika zaposlenog po ugovoru o privremenim i povremenim poslovima.

Istakao je da još uvijek nije zadovoljan plasmanom iako su napravljeni određeni pomaci. Kako bi povećao prodaju bio je primoran i da značajno obori cijenu piva, što se pozitivno odrazilo na prodaju, ali je smanjilo priliv pivari.

– Trebali bismo da imamo mnogo veću prodaju da bismo opravdali to sruženje. Sada se borimo da to ostvarimo. Tražim nova prodajna mesta, pokušavam da uvedem što više točeno pivo, jer je ono po cijeni prihvatljivije građanima – istakao je Galić i dodao da je osnovni plan za naredni period da poveća prodaju i da ovaj posao postane finansijski održiv i isplativ.

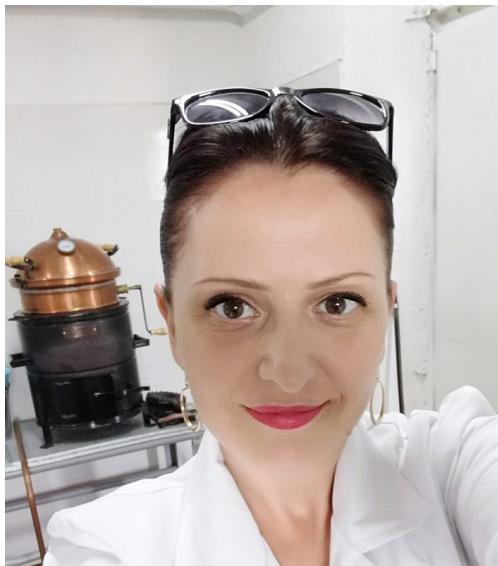
Pivo „Gorštak“ moguće je kupiti širom BiH, a Galić kaže da ima u planu i izlazak na inostrano tržište iako to ide malo teže.

– Gledamo neke opcije za izvoz, kontaktirali smo određene ljudi, ali velike dažbine to značajno otežavaju. Iako bismo izvozili male količine, dažbine su iste kao za velike pivare koje izvoze ogromne količine. Zbog toga još uvijek ne možemo sa sigurnošću reći kada bismo mogli da počnemo da izvozimo pivo – rekao je on.

Kazao je da je u pripremi pravilnik koji će regulisati kanale distribucije za male proizvođače, što je dobro, ali ističe da su, ipak, potrebne mjere na nivou BiH.

– Akcize su nam veliki problem. Tu bi trebalo napraviti određeno gradiranje prema obimu godišnje proizvodnje. Sada imamo dva razreda koji se uglavnom odnose na velike pivare koje imaju daleko veću proizvodnju od nas. Trebalo bi uvesti i treći razred za male proizvođače, odnosno da oni imaju duplo manju akcizu u odnosu na velike – naglasio je Galić i dodao da ima i pozitivnih stvari, kao što su podsticaji Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodioprivrede RS koji su pomogli da se otplate dugovi za dio opreme.

„KRALJICA“ IZ VISOKOG OSVOJILA LJUBITELJE LJUTIH KAPLJICA



Medovača, Malinovača, Medica i Malinica su rakije i likeri proizvedeni pod brendom „Kraljica“. Ova alkoholna pića sinonim su kvalitetnog domaćeg proizvoda, a svoj put našla su do mnogobrojnih ljubitelja ljute kapljice i nagrađivana su za vrhunski kvalitet.

Poljoprivrednu proizvodnju „Malinica“ 2016. godine počela je Sabina Krivdić iz Visokog sa namjerom da se bavi uzgojem malina i njihovom preradom. Iako joj je namjera bila linija proizvoda od malina - sokovi, namazi, kolači - jedan proizvod se odmah izdvojio i osvojio njenu pažnju: liker od malina.

- Na našem području poznat je liker od višanja, a ja sam htjela da probam nešto novo i eksperimentisala sam sa

malinama. Sama ta pažnja koju je liker izazvao natjerala me na istraživanje - priča Sabina.

Istraživajući je shvatila da je kraft proizvodnja jakih alkoholnih pića možda bolja opcija od prvobitno zamisljenih proizvoda od maline.

- Kraft, odnosno zanatska proizvodnja ne samo piva nego i jakih alkoholnih pića u svijetu doživljava svoj procvat. Konzumenti sve manje vjeruju velikim proizvođačima i industrijama, a sve više pažnju pridaju manjim proizvođačima koji svojim imenom i prezimenom, likom i djelom stoje iza proizvodnje i proizvoda. Mene je čitava ta priča privukla, bio mi je izazov biti žena koja će se upustiti u proizvodnju koja je na našem području rezervisana za muškarce - naglašava Sabina.

Čitav proces proizvodnje radi i kontroliše sama, uz pomoć najbližih. Teret od nabavke do krajnjeg kupca nosi sama.

- Suština kraft destilerije i jeste mala količina, ali strogo kontrolisana od osobe koja je najčešće i osnivač. Takva proizvodnja nije garant da će se sam proizvod svima svidjeti, ali je garant kvaliteta - ističe Sabina.

Osim likera od malina počela je praviti likere i rakije od ostalih sastojaka sa domaćeg podneblja, a nakon mnogo eksperimenata i ispitivanja, unutar poljoprivredne proizvodnje „Malinica“ nastala je linija jakih alkoholnih pića

pod brendom „Kraljica“. Sabina trenutno proizvodi Medovaču - rakiju od meda, Malinovaču - rakiju koja je kombinacija malina i meda, Medicu - liker od meda i Malinicu - liker od malina.

- Porodicu „Kraljica“ čine dvije rakije i dva likera i sva četiri proizvoda su vrlo specifična. Medovača je rakija koja je nastala fermentacijom i duplom destilacijom meda i nije slatko piće. Smatra se jednom od najstarijih rakija, ali se već odavno ne proizvodi na taj način, jer je sam proces dug i skup. Međutim, rezultat je jako alkoholno piće čija hemijska analiza pokazuje da se radi o vrlo kvalitetnom piću koje ne sadrži metanol i samim tim ne izaziva neželjene posljedice nakon komzumacije - objašnjava Sabina.

Za Malinovaču ističe da je kombinacija meda i malina, da takođe nije slatko piće, ali je vrlo ugodne arome i mirisa maline, dok su likeri, naravno, slatka pića manje jačine.

- To su proizvodi kojima sam odlučila da se posvetim, a potražnja pokazuje da sam donijela dobre odluke - kaže Sabina.

Istiće da je na početku posla imala poteškoća i prepreka, jer je u pitanju posao koji nije čest u BiH, ali dodaje da je imala sreću i da se lokalna administracija, zadužena za registraciju destilerije, potrudila da joj u potpunosti izade u susret i pomogne da bude prva u ovoj oblasti.

- Na prepreke i dalje nailazim, jer smo mi administrativno jako kompleksna država. Postojanje različitih nivoa vlasti i odgovornosti u mnogome

otežava poslovanje. BiH jeste komplikovana, ali nam je zemlja lijepa i bogata prirodnim resursima. Uvijek nešto dobijate, a nešto gubite. Možda ćemo dugo čekati i teško doći do svih potrebnih dozvola, rješenja i dokumenta, ali su nam voda, voće, med, začini i sve što nam treba za kvalitetan proizvod na dohvrat ruke. Mislim da o tome ne razmišljamo dovoljno - naglašava Sabina.

Sabinine rakije i likeri dobitnici su četiri plakete za vrhunski kvalitet. Ona planira da i dalje učestvuje i promoviše ih na sajmovima i takmičenjima u BiH i regionu. Ima ponude i od distributera za saradnju, tako da će, ističe, vrlo brzo doći do neophodnog proširenja proizvodnje. Međutim, Sabina je na početku bavljenja ovom proizvodnjom odlučila da njena kraft proizvodnja neće prasti u industrijsku.

- Proizvodiču količine koje mogu sama kontrolisati, jer želim da moji proizvodi budu sinonim kvalitetnog, domaćeg proizvoda. Svaka boca koja izade iz moje male destilerije biće proizvedena sa jednakom pažnjom i posvećenošću - zaključila je Sabina.

Poljoprivredna proizvodnja „Malinica“ i njen osnivač Sabina Krivdić dokaz su da se zalaganjem i radom može postići cilj i napraviti kvalitetan proizvod. Sabinin uspjeh i uspjeh njene linije alkoholnih pića „Kraljica“ utoliko je značajniji ako se uzme u obzir da se odlučila na kraft proizvodnju koja je rijetka u BiH, te u većini slučajeva „rezervisana“ za muškarce.

ZARADIO U ŠVAJCARSKOJ, INVESTIRA U ZAVIČAJ

Radoslav Đokić iz Lopara više od 20 godina živi i radi u Švajcarskoj, a prije četiri godine odlučio je da novac i znanje stečeno dugogodišnjim radom vani uloži u rodni kraj gdje je osnovao firmu „Đokić metal“. Vlasnik firme Radoslav Đokić koji od 1997. godine živi u Švajcarskoj odlučio je da tamo pokrene biznis, a nedugo zatim da osnuje firmu i u rodnom kraju.

Firma „Đokić metal“ osnovana je u Mačkovcu, u Loparama, a bavi se proizvodnjom čeličnih i ograda od inoksa, čeličnih konstrukcija za hale, čeličnih i protivpožarnih vrata, a proizvode izvozi na zahtjevno evropsko tržište. Pored toga, bavi se i zavarivanjem čelika, inoksa i aluminijuma.

– Prvo sam bio zaposlen u jednoj firmi, a zatim sam 2010. godine odlučio da počnem samostalno da radim i pokrenuo sam proizvodnju u Švajcarskoj. Imao sam jednog radnika koji je, takođe, iz RS, tako da smo se kasnije dogovorili da on počne da radi u Loparama – kaže Đokić.

Priča da su 2014. godine prvo iznajmili halu, jer nisu bili sigurni hoće li ono što su zamislili moći da ostvare, a da su već nakon tri mjeseca odlučili da kupe prostorije i nastave proizvodnju u Loparama.

– Na samom početku smo imali pet ili šest radnika, a sada imamo 15 zaposlenih u Loparama. Naredne godine,



u martu ili aprilu, planiramo da zapošlimo još pet radnika – kazao je Đokić i dodaо da već prave i novu halu u koju će uložiti oko pola miliona KM.

Istakao je da u Švajcarskoj ima sedam radnika, s obzirom na to da se veći dio proizvodnje obavlja u Loparama. Najveći dio proizvoda izvoze u Švajcarsku, a jedan dio i u Austriju.

– Za sada imamo siguran plasman i zbog toga smo počeli izgradnju nove hale u Loparama – rekao je on.

Navodi da preduzeće uspješno posluje, da je zadovoljan ostvarenom dobiti koju uglavnom investira ponovo u proizvodnju kako bi mogli da zadovolje potrebe tržišta. Prošlu godinu preduzeće je završilo sa prihodom od oko 600.000 KM i sa dobiti od 72.000 KM.

Đokić kaže da velikih problema u poslovanju do sada nije imao, te da se oni manji sa kojima se susreće uglavnom odnose na komplikovane izvozne procedure, odnosno dugo zadržavanje na granici.

Đokić kaže da poznaje mnogo ljudi iz Republike Srpske u Švajcarskoj koji su željeli da ulože novac ovdje, ali ih je kočio upravo strah od komplikovanih procedura i problema. Njegovo iskustvo je, kaže, pomoglo i onima koji su tako razmišljali da pokrenu biznis ovdje.

– Kada sam odlučio da osnujem firmu u Loparama imao sam podršku lokalnih vlasti i to mi je značajno olakšalo sam početak. Do sada se nismo susretali sa nekim značajnim problemima. Jedino što nam donekle otežava rad je čekanje na granici prilikom izvoza proizvoda – naglasio je Đokić.

Upoređujući poslovanje u BiH i Švajcarskoj, Đokić je rekao da je ovdje teže jer BiH ima znatno slabiju infrastrukturnu, zbog čega mnogo vremena gubi na nabavku materijala.

– Kada nam je potreban bilo koji materijal u Švajcarskoj, dobijemo ga u roku od tri dana, dok u RS i BiH nekad traje i do deset dana. Takođe, čekanja na granici u BiH su mnogo duža, a u Švajcarskoj je lakše i sa papirologijom, jer je sve moguće uraditi elektronski – kazao je on.



U TRAVNIKU PRAVE ČAJEVE, KREME I ULJE PO SVJETSKIM STANDARDIMA



Firma „Herceg“ iz Novog Travnika pionir je organske proizvodnje u BiH i već 20 godina uspješno kreira proizvode od nevena i drugog ljekovitog bilja zadovoljavajući zahtjevne međunarodne kriterijume.

Kvalitet organskih proizvoda „Herceg“ potvrđen je još 2003. godine sertifikatom za organske proizvode dobijenim od švedske sertifikacijske kuće „KRAV“ (International branch of the Swedish certification body), a koja je članica međunarodne asocijacije IFOAM.

Vlasnik organske proizvodnje „Herceg“ Sejad Herceg iz Travnika kaže da su proizvodi njegove firme od nevena još 2004. godine izlagani na sajmu organskih proizvoda u njemačkom Ninbergu.

– U assortimanu imamo pet proizvoda od ljekovitog bilja, nevenovu kremu, ulje i čaj, kantarion ulje, gavez kremu. Razvijamo i assortiman hladno cijeđenih

sokova od borovnice, kupine, maline, aronije. Od ovog bobičastog voća proizvodimo i džemove – naveo je Herceg.

Ova travnička firma radi i na kreiranju preparata na biljnoj bazi za zaštitu kože od različitih oboljenja, gljivica, ekcema i na kreiranju vaginaleta proizvedenih takođe na biljnoj organskoj bazi.

Do 2004. godine sirovinu su izvozili, ali su se zatim odlučili na proizvodnju gotovih proizvoda koje trenutno plasiraju na domaće tržište. Imaju u planu proširenje proizvodnje i izvoz viškova u SAD i Rusiju, na čemu rade zajednički s drugim partnerima okupljenim u Savez udruženja organskih proizvođača „Organsko FBiH“.

Radnike zapošljavaju s proljeća do konca jeseni, dok su zimi pogoni u mirovanju i porodica Herceg, uz jednog radnika, „održava topli režim“. Zbog neadekvatne podrške države, kažu, nisu



u mogućnosti da zapošljavaju veći broj radnika tokom cijele godine. Od njihove proizvodnje, međutim, živi oko 200 porodica od kojih otkupljuju bilje i šumske plodove. Uglavnom su to stanovnici s područja Travnika i Vakufa, s planina Vranica i Vlašića.

– Imamo hladnjaču od sto tona i dvije sušare koje mogu za 24 sata osušiti oko dvije tone. Imamo pogon za preradu, uložili smo u sve oko 2,5 miliona KM, ali nema ambijenta povoljnog za poslovanje – ističe Herceg.

Dodaje da su nameti veliki, da se stalno suočavaju s vremenskim nepriklikama, a da nema fondova za sanaciju, kao i za turbulencije cijena.

– Ambijentalno mi u BiH imamo resurse, kvalitet, proizvode i proizvođače koji su savladali organsku proizvodnju, ali moramo imati više i redovne podsticaje, smanjiti doprinose u poljoprivredi bar duplo i uspostaviti zaštitni mehanizam – rekao je Herceg.

Herceg kaže da poljoprivredni proizvođači ne ostvaruju profit, te da su prinuđeni na rizike da bi nešto ostvarili.

– Donosioci odluka sputavaju poljoprivrednu proizvodnju iako bi BiH mogla da bude konkurent na svjetskom tržištu u oblasti proizvodnje meda, ljekovitog bilja, šumskih plodova, vode, sireva... Naši proizvodi dobijaju zlatna odlikovnja na svim takmičenjima, a naši konkurenti na susjednim tržištima imaju po deset puta veće podsticaje. Kako da budemo konkurentni kad nemašmo zaštitnih mehanizama i veoma je teško privredivati u BiH. Pogotovo kada je poljoprivreda u pitanju – naglasio je Herceg.

Uprkos trenutnim uslovima za poslovanje u BiH, Herceg ne posustaje i sopstvenim radom, ulaganjem, planira i razvija proizvode koji iz dana u dan osvajaju sve više kupaca i otvaraju mu vrata za nastup na svjetskim tržištima.



MRKONJIĆKA STOLARIJA NA ZGRADAMA AUSTRIJE I NJEMAČKE



Plastična i aluminijumska stolarija proizvodi su po kojima je poznato malo preduzeće „Milekić“ nadomak Mrkonjić Grada, u selu Bjelajce. Stanko i Rada Milekić već godinama uspješno plasiraju svoje proizvode na naše, ali i evropsko tržište.

Ovaj bračni par preduzeće je osnovao prije 20 godina kao samostalnu zanatsku radnju da bi se od 2005. godine registrovali kao preduzeće za proizvodnju PVC i ALU stolarije.

– Prvo smo počeli kao mala samostalna radnja, od juna 1998. godine, da bi se nakon sedam godina poslovanja preregistrovali kao pravno lice i počeli sa proizvodnjom – priča Stanko Milekić.

Prvih godina postojanja preduzeće „Milekić“ brojalo je trinaest radnika, dok je danas taj broj znatno manji.

– Kada smo postojali kao radnja imali smo više radnika, a danas kada smo preduzeće koje proizvodi PVC i ALU

stolariju za poslove nam je dovoljno svega šest radnika – ističe Milekić.

Glavni proizvodi koji se proizvode u ovoj firmi su vrata i prozori. Kao kvalitetno preduzeće „Milekić“ postali su prepoznatljivi na našem, ali i na inozemnom tržištu.

– Ono što mi proizvedemo pretežno ide na tržište Njemačke i Austrije, ali dostupni smo i na bh. tržištu, najviše na području naše opštine. Posebno smo zadovoljni činjenicom da naše preduzeće ima najveće povjerenje građana Mrkonjić Grada koji se pri kupovini najviše odlučuju za naše proizvode – rekao je Milekić.

Iako malo, ovo preduzeće pozitivno posluje prethodnih godina, bez ikakvih blokada i dugovanja.

– Nikada nismo išli u minus, trudili smo se da se održimo svih ovih godina. Bitno nam je da nemamo nikakva dugovanja ni prema kome, niti da nas neko

blokira. Ne želimo da se dovedemo u situaciju da prekidamo proizvodnju, kao ni da ne isplaćujemo plate našim zaposlenima – naveo je Milekić.

Rezultati za predhodnu godinu se sumiraju, ali prema ranijim bilansima poslovanja, ovo preduzeće uspješno posluje iz godine u godinu. Za 2017. godinu ostvarili su prihod od 433.896 KM sa dobiti od 12.500 KM, dok su prihodi za 2016. godinu bili 142.173 KM od čega je dobit iznosila 6.343 KM.

Ističu da poteškoća prilikom poslovanja njihovog preduzeća nema. Zadovoljni su sa onim što trenutno imaju, bitno je da su i dalje tu i da opstaju.

– Može se reći da mi problema nema, jer da ih imamo ne bismo više radili. Radimo sami za sebe, kako nam dolaze narudžbe tako i mi planiramo našu proizvodnju. Nekad radimo više, nekad manje, zavisno od zahtjeva tržišta i kupaca – rekao je Milekić.

Iako mali broj radnika radi u ovom preduzeću, ističu da ih niko ne napušta i da su zadovoljni uslovima koje nude. Radnik koji već godinama radi u ovoj firmi je i Berislav Milekić, koji ističe da je zadovoljan radom i uslovima koje dobija od ovog poslodavca.

– U ovom preduzeću sam zaposlen već osam godina. Uslove koje dobijamo od našeg poslodavca su veoma dobri. Plata i odnos koji imaju prema nama nas i dalje drži na ovom mjestu, za razliku od mojih poznanika i kolega koji masovno odlaze iz BiH – kazao je Milekić.



BANJALUČKI KOLAČI I PECIVA OSVOJILI TRŽIŠTE SLOVENIJE I AUSTRIJE



Nekadašnja mala porodična pekara „Manja“ kvalitetnim proizvodima i vrijednom radom snagom kroz godine rada izgradila se u preduzeće „Krajina klas“ sa blizu 600 zaposlenih koje je danas prepoznatljivo i na evropskom tržištu.

Vlasnik ovog preduzeća Saša Trivić posao sa pekarskim proizvodima počeo je prije 24 godine kada je zajedno sa svojom porodicom otvorio pekaru „Manja“.

– Naša tradicija pod imenom „Manja“ datira još iz 1995. godine. U početku smo bili mala zanatska radnja. Željeli smo da od pekarskih proizvoda napravimo delicije u koje će biti utkana tradicija, kvalitet i prepoznatljiv ukus – rekao je Trivić.

Tradicionalni način pripreme pekarskih proizvoda uspješno su postavili na industrijski nivo, te od 1997. godine funkcionišu kao preduzeće pod imenom „Krajina Klas“ sa brendom „Manja“. Na samom početku ova pekara je

zapošljavala svega tri radnika, a danas ovo preduzeće ima 570 zaposlenih.

– Počeli smo sa malim brojem radnika proizvodeći osnovne pekarske proizvode. Kako smo s godinama proširivali našu proizvodnju rastao je i broj radnika – istakao je Trivić.

Postali su prepoznatljivi po mnogim delicijama među kojima se posebno ističu hljeb i kifle, svježa peciva, raznovrsni izbor pita i slatkih deserta. Prilikom stvaranja pekarskih i poslastičarskih proizvoda koriste najkvalitetnije sirovine, znanje i iskustvo zaposlenih koji im omogućavaju proizvode visokog i jedinstvenog kvaliteta.

– Trudimo se da konstantno učimo i usavršavamo tehnološke procese, konstantno uvodimo nove mašine i tehnološke inovacije, pažljivo birane žitarice i sastojke koji nam osiguravaju bržu, precizniju i kvalitetniju proizvodnju – naveo je Trivić.

Glavni proizvodni pogon se nalazi u Debeljacima, u Banjoj Luci, dok u cijeloj BiH postoji oko 35 prodajnih objekata brenda „Manja“. Osim toga dostupni su u svim vodećim trgovim centrima. Da su vodeći brend u pekarskim i poslastičarskim delicijama govori i činjenica da su osim tržišta Bosne i Hercegovine proširili se i na neke evropske zemlje.

– Kvalitet proizvoda i povjerenje potrošača omogućili su nam tu prestižnu, ali odgovornu poziciju. Stalna ulaganja u proizvode donijela su mogućnost da svoje proizvode izvozimo na inostrana tržišta. Trenutno dio kolača i peciva može se naći na tržištu Slovenije, Hrvatske i Austrije, a takođe pregovaramo i sa nekim kompanijama da bismo se proširili i dalje – kaže Trivić.

Zadnjih desetak godina bilježe konstantan rast poslovanja. Samo u posljednje tri godine ostvarili su 15 odsto rasta prometa. Svi pokazatelji ukazuju na uspješnost preduzeća „Krajina Klas“. Dobit

koju je ovo preduzeće ostvarilo prethodne godine iznosi oko dva miliona KM, dok je godinu ranije ta dobit iznosila oko 1,5 miliona KM.

Što se tiče budućih planova, Trivić ističe da samo u ovoj godini planiraju da ulože oko deset miliona KM u dalji razvoj njihovog preduzeća. Očekuje se gradnja novog proizvodnog pogona kao i otvaranje desetak novih prodajnih objekata. Što se tiče problema na koje ova kompanija nailazi uglavnom su mali i neznatni.

– U početku smo imali probleme sa radnom snagom, ali i to smo riješili. Svakodnevno poboljšavamo uslove u kojima rade naši radnici. Povećavamo i plate da bi svi bili zadovoljni – rekao je Trivić.

Dodata da trenutno jedino imaju problem što kao pekarska industrija kasne sa standardima koji su zastupljeni u Evropi zbog čega se nadaju da će kroz užurban rad i ulaganja u nove inovacije i tehnologije i to da dostignu.



LIVANJSKI SIREVI OKIĆENI SVJETSKIM NAGRADAMA

Sirevi sa začinskim biljem, paprikom, biberom i limunom, ali i oni bez dodataka, proizvedeni u mljekari „Orman“ u Livnu, ispunili su svjetske standarde, što je potvrđeno i nagradama osvojenim na takmičenju „World Cheese Awards“ u Londonu.

Livanjska mljekara „Orman“, u vlasništvu istoimene porodice, u mjestu Struba, već 16 godina proizvodi različite vrste sireva. Prvobitno su prerađivali svega 100 do 200 litara mlijeka dnevno, da bi danas ta firma imala preradu od 1.500 do 2.000 litara mlijeka i proizvodnju od oko 150 kilograma sira dnevno.

Admir Orman zadužen za prodaju livanjskih sireva mljekare „Orman“ ističe da su od 2003. godine, kada su osnovali firmu, sopstvenim novcem i kreditnim sredstvima širili proizvodnju. Zapošljavaju osam radnika.



- Danas imamo oko 20 vrsta proizvoda. Od toga sedam tvrdih sireva, klasični livanjski sir čije zrenje traje dva do tri mjeseca, livanjski sir „selection“ kojem je zrenje pola godine, te livanjski sir „reserve“ sa zrenjem od godinu dana. Tu je i livanjski sir sa začinskim biljem, sa paprikom, sa biberom i sa limunom - ističe Orman.

Pored ovih tvrdih sireva, iz livanjske mljekare izlazi i livanjski sir u maslinovom ulju, sir sa maslinama, sa smokvama, u čili ulju, te južnoafričke papričice punjene krem sirom.

- Pravimo i kiselu papriku punjenu livanjskim kajmakom, zatim svježe sireve, domaći meki svježi sir, punomasni svježi sir - priča Orman.

Istiće da se kao najspecifičniji izdvojio livanjski sir „selection“ i sir sa limunom i biberom. On dodaje da su to ujedno i najprodavaniji proizvodi. Livanjski sirevi nagrađivani su na mnogim svjetskim takmičenjima, a ovi proizvedeni u mljekari „Orman“ poniјeli su titulu i najboljih na Balkanu kada su na III i IV „Balkan Cheese Festivalu“ u Beogradu osvojili dva puta prvo i jednom drugo mjesto.

I u Londonu, na najprestižnijem festivalu na svijetu, u konkurenciji preko 4.000 vrste sireva, mljekara „Orman“ osvojila je pet nagrada, jednu zlatnu i po dvije srebrenе i bronzone. Sve ovo je, ističe Orman, granica do koje su došli

još prije dvije-tri godine i sada stoje u mjestu, jer ne mogu da prošire svoju proizvodnju.

- Kupili smo opremu za mljekaru u vrijednosti od 300.000 KM, ali ne možemo da proširimo proizvodnju, jer ne možemo od opštine povoljno da dobijemo zemljište. Mislimo da gradimo novu mljekaru, ali nam u opštini traže preko 70 KM po kvadratu zemljišta što je za nas puno. Samo za to nam treba preko 500.000 KM. Nema sluha lokalne zajednice za proširenje proizvodnje, nema sluha ni kantona, ni države - žali se Orman i ističe da dok se to ne promijeni ne može računati na dalji rast proizvodnje, već samo na gašenje ovog biznisa.

Proširenje proizvodnje bilo bi od koristi i za lokalno stanovništvo od kojeg ova mljekara otkupljuje mlijeko.

- Trenutno imamo više od 20 kooperanata. Plaćamo do 0,60 KM po litri mlijeka ako je kvalitet zadovoljavajući. Cijena nikad nije bila manja od 0,53 KM po litri ako je kvalitet lošiji - kaže Orman.

Livanjske sireve ova mljekara izvozi u Crnu Goru i Srbiju, a ističu da bi mogli mnogo više da plasiraju na strana tržišta kada bi proširili proizvodnju.

- Imamo potražnju i u Makedoniji i u Hrvatskoj. Nedavno su iz Hrvatske zvali i tražili su deset do 15 tona mjesečno, a mi možemo tonu da isporučimo. Za sada smo tu gdje jesmo. Livanjski sir je zaštićen i ne može se nigdje proizvoditi osim u Livnu, a mi i ne možemo izmještati proizvodni

pogon, jer je neisplativo - priča Orman.

Prihodi koje mljekara „Orman“ ostvaruje godišnje dostižu pola miliona KM, ali su veliki i troškovi poslovanja, zbog čega u toj firmi smatraju da država treba da kreira politiku podsticaja kako bi kvalitetni proizvodi iz BiH mogli da pariraju svjetskim brendovima.

Orman zaključuje da su mnogi prozvođači politički angažovani kako bi dobili određene benefite i podsticaje, što je neprihvatljivo jer to na kraju ima loš uticaj na kvalitet ovog poznatog proizvoda.



„ILEA BAGS“ – PREPOZNATLJIV BREND NA DOMAĆEM TRŽIŠTU



Kupci širom Bosne i Hercegovine prepoznali su kvalitet ručno rađenih modnih torbica porodične firme ILEA iz Kiseljaka. Porodica Litrić brzo je osvojila domaće tržište.

Bračni par Almir i Elmira Litrić zajedno sa kćerkom Irmom Litrić Boja ovo preduzeće su osnovali 2013. godine u Kiseljaku.

ILEA je firma koja se bavi proizvodnjom ženskih modnih torbica, a njihovi proizvodi se mogu naći u preko 50 radnji širom BiH.

Ističu da počeci nisu bili laki, ali da su kroz volju i strpljenje uspjeli su da izgrade prepoznatljiv bh. brend „Ilea bags“.

– Početak proizvodnje je bio dosta težak. Repromaterijal za naše proizvode nije moguće nabaviti na domaćem tržištu, pa smo bili primorani da ga potražimo u inostranstvu. Počeli smo od manjih i slabijih mašina da bismo

sada radili sa boljom i kvalitetnijom opremom, čime smo našu proizvodnju podigli na znatno viši nivo – rekla je Irma Litrić Boja.

Iako postoji veliko interesovanje za proširenje asortimana na novčanike i sličnu galanteriju, ovo preduzeće trenutno svoju proizvodnju fokusira samo na torbice.

– Iako se pokazala želja za širenjem asortimana na novčanike i sličnu galanteriju, potražnja našeg tržišta za torbicama je velika, pa zbog trenutnog kapaciteta proizvodnog pogona nemamo prostora za druge proizvode – istakla je Litrić Boja.

Trenutno su dostupni samo na tržištu Bosne i Hercegovine, ali ne isključuju mogućnost proširenja i na evropsko tržište. Navode da su njihovi proizvodni kapaciteti još mali i dovoljni da pokriju samo domaće tržište. Ipak ponuda im iz inostranstva ne manjka, pa su im se

javljali potencijalni kupci iz Hrvatske, Srbije, Njemačke i Australije.

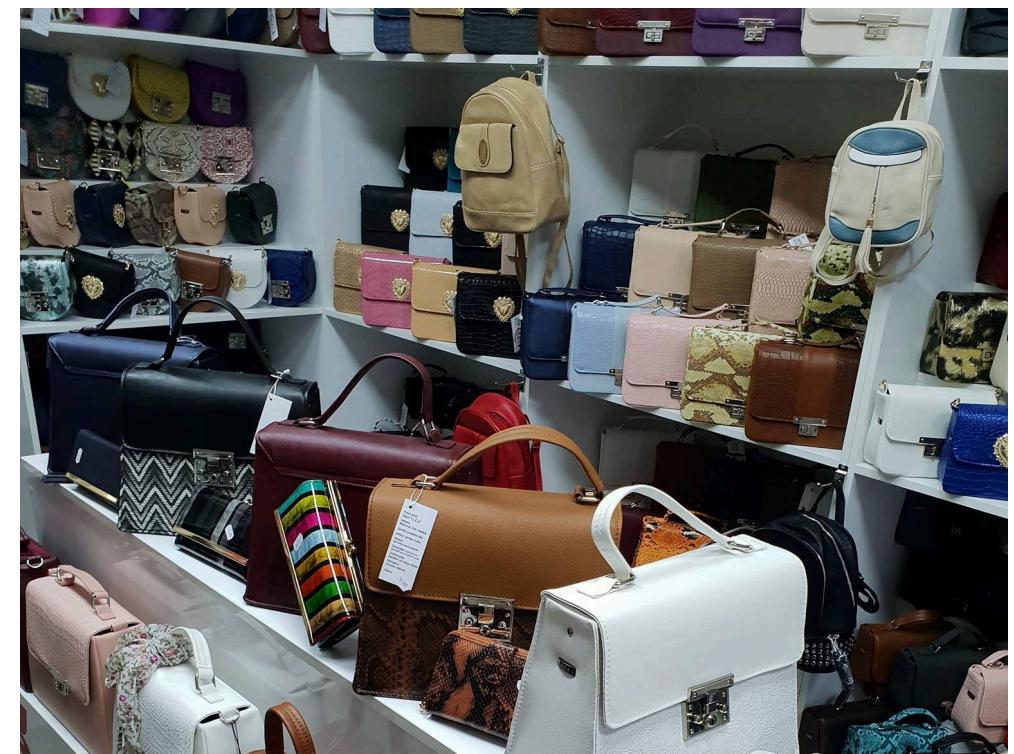
Iako su dostupni u mnogim radnjama širom BiH, ove godine otvorili su i lični maloprodajni prostor u Kiseljaku, čime počinju da ostvaruju planove daljeg razvoja preduzeća. Takođe, Irma Litrić Boja ističe da imaju želju da u budućnosti prošire poslovanje, otvore nova radna mjesta i da prošire ponudu proizvoda.

– Trenutno radimo na proširenju proizvodnog pogona, tražimo veći prostor gdje možemo osim torbica da proširimo našu ponudu i na druge proizvode. Naravno, želimo da proširimo i tim ljudi koji će sa nama raditi na našoj kreativnosti – kaže Litrić Boja.

Najveći problemi sa kojima se susreću jeste nabavka materijala, kojeg nema na tržištu BiH, ali i nedostatak kvalifikovane radne snage.

– Najveće poteškoće su i dalje nabavka repromaterijala iz inostranstva što nam stvara dodatne troškove. Zatim tu je nedostatak stručnog kadra tekstilne struke, krojača i šivača, pa smo primorani sami da obučavamo osobe koje su zainteresovane za ovaj posao – navodi Litrić Boja.

Dodaju da država treba prepoznati potencijal malih preduzetnika, pružiti pomoć kroz određene podsticaje zarad dalje proizvodnje i proširenja poslovanja, ali i otvaranja novih malih preduzeća.



LICENCE I KVALITET GARANCIJA „CRYSTALNE“ ČISTOĆE



Održavanje higijene i dezinfekcija prostora zahtjeva posebnu pažnju kako materijali koji se tretiraju ne bi bili oštećeni, a zdravlje ljudi narušeno. To su pravila od kojih ne odstupaju u banjalučkoj firmi „Crystal house“.

Servis za održavanje higijene „Crystal house“ osnovan je prije tri godine i od početka zapošljava oko 30 radnika preuzetih iz preduzeća koje je ugašeno.

Stanislav Ćatić, vlasnik firme „Crystal house“, rekao je da uspješno održavaju higijenu i dezinfekciju prostora u kompaniji „Hemofarm“ i u oko 40 apoteka, ali i u nekoliko advokatskih kancelarija, privatnih kuća, stanova...

- Kada sam osnivao firmu, odlučio sam da radim sa najboljim materijalno-tehničkim sredstvima dostupnim na

tržištu i sa najboljim hemijskim sredstvima koji su maksimalno bezbjedni za radnika. Sredstva koja koristimo čuvaju površine koje čistimo, kao i kamen i staklo. Svako iduće čišćenje je mnogo lakše nego prethodno, jer sredstva koja koristimo formiraju sloj koji je otporan na prijanjanje prašine - ističe Ćatić.

Dodaje da staklo koje očiste izabranim italijanskim proizvodima ima pet puta duži vijek postojanosti, odnosno pet puta duže ostaje čisto. Ćatić kaže da broj ljudi koji zapošljava nije mali, te da plata koju isplaćuje nikada nije kasnila. Sve spremackice u njegovoj firmi imaju međunarodni sertifikat da mogu da obavljaju taj posao, a tačno je propisano i doziranje hemijskih sredstava sa jasnim datumima spravljanja i rokom trajanja.

- U ovoj oblasti je teško naći dobrog radnika, moramo da pazimo na pouzdanost i povjerenje, jer ulazimo u kuće i stanove u kojima nema nikoga. Plate su redovne i poslovaćemo dok to bude moguće. Kada to ne bude bilo moguće, nećemo ni raditi. U firmi imamo drugarski odnos, svi imamo zaduženja i nijedan radnik nije napustio firmu zbog uslova koje ima ili nalaženja drugog posla - kazao je Ćatić.

Dodao je da, po pitanju podrške institucija, ništa nije imao osim inspekcije.

- Lično mi to teško pada, jer postoje firme koje zapošljavaju po dva radnika, a dobijaju odmah podsticaj od opštine - naveo je Ćatić i istakao da uprkos trenutnoj klimi poslovanja u BiH odlučuje da ostane ovdje i kvalitetom se bori za tržište.

Dodaje da bi promjena odnosa države i poboljšanje poslovne klime, odnosno poštovanje kvaliteta, a ne političke podobnosti, dovelo do boljeg poslovanja svih.

- Konkurenčnost je najveći problem. Ne mogu da plaćam satnicu kao i druga firma koja je dobila podsticaje, bespovratne kredite, a pritom rade sa neregistrovanim sredstvima za čišćenje. Najbolja ponuda na tenderima iz ove oblasti je isključivo najjeftinija ponuda, što nema smisla. Mi bismo bili samo pet odsto skuplji od konkurenčije, ali bi naša ponuda bila mnogo bolja, materijali se ne bi uništavali hemijom, ali prolazi jeftiniji i zbog toga nećemo da učestvujemo na tenderima - kazao je Ćatić.

Irazio je nadu da će doći bolje vrijeme i istakao da za sada usluge ne nudi firmama koje nisu zdrave, jer ne može da čeka naplatu nekoliko mjeseci.

- Strane kompanije koje to mogu podnijeti prijete da preuzmu posao od malih firmi, pa ćemo vidjeti kako će se sve dalje kretati - istakao je Ćatić.

Da bi osigurao egzistenciju radnika uslijed konkurenčije planira proširenje djelatnosti i proizvodnju malih montažnih drvenih kuća.

- Plan je da proizvedemo kuću koja bi bila spakovana u kutiju i koju bi kupac mogao sam da sastavi. Za početak bismo proizvodili samo jedan model, a kasnije i više. Mjesto za proizvodni pogon još razmatram. Usluge želim da proširim i na turističke, pa da gradim turističko naselje na području opštine Mrkonjić Grad. Strani turisti su veoma zainteresovani za to područje s kojeg se stanovništvo iseljava, a nedaleko je jedan od tri najveća izvora čiste vode u Evropi - istakao je Ćatić.

Dodaje da su planirane investicije moguće uz kredit i uz učestvovanje u projektu „Via Dinarica“. Ne želi da ide u inostranstvo, već da u BiH ostvari rezultate.

- Nisam u politici, želim samo da imam posao i da radim. Ne predajem se i idem dalje, smatram da će ovdje doći drugo vrijeme kada će se cijeniti rad, a time će i ljudi biti srećniji - zaključio je Ćatić.

PARKET DOSTOJAN KNEŽEVA



Porodica Knežević iz Trna, nadomak Banje Luke, već četrdeset godina uspješno se bavi prodajom i ugradnjom parketa, laminata i tehničkih podova, a da bi upotpunili svoju ponudu prije tri godine osnovali su preduzeće za proizvodnju ljepila i premaza za parket i drvo.

Počeli su kao mala zanatska radnja sedamdesetih godina prošloga vijeka kao „Parketar Knežević“ da bi se nakon 30 godina rada i razvoja registrovali kao „Knežević Entering“.

– Firmu je osnovao moj otac prije četrdesetak godina gdje je jedino on bio zaposlen. Potom je razvojem poslovanja radnju preregistrovao 2007. godine u formu u kojoj poslujemo i danas – rekao je Marko Knežević.

Ovo preduzeće nudi sve vrste parketa, laminata, tehničkih podova, keramike, kao i njihovu ugradnju. Pored podnih obloga, u mogućnosti su da obezbijede izvođenje svih završnih radova u građevinarstvu, uz vlastito učešće kvalitetnih materijala stalnih dobavljača iz zemlje i inostranstva, ali i da osmisle kompletan enterijer objekata.

Osim firmom „Knežević Entering“ ova porodica od 2016. godine uspješno rukovodi i novim preduzećem „Entering HIP“ koje se bavi proizvodnjom ljepila i prajmera za parket i premazu za drvo čime su htjeli da upotpune svoju ponudu usluga. Ova dva preduzeća trenutno zapošljavaju 28 radnika.

– U Prijedoru trenutno imamo četiri zaposlena radnika, dok u matičnom



preduzeću u Trnu imamo ukupno 24 radnika – istakao je Knežević.

Kvalitet usluga koje pružaju ova dva preduzeća prepoznat je na tržištu Bosne i Hercegovine, regionala i inostranstva.

– Svoje usluge pružamo na cijelom tržištu BiH, aktivni smo i u Srbiji i Crnoj Gori. Prepoznati smo i u nekim evropskim zemljama, pa smo svoje poslovanje proširili i na Austriju i Italiju – rekao je Knežević.

Poslovanje preduzeća „Knežević Entering“ zajedno sa preduzećem „Entering HIP“ pozitivno raste iz godine u godinu što pokazuju bilansi uspjeha. Iako se rezultati za 2018. godinu još sumiraju, prethodne godine ostvarili su uspjeh. Promet koji su ostvarila ova preduzeća kretao se od 1,2 do dva miliona KM.

Ova godina za njih je reprezentativna, ugovorenih su poslovi za cijelu godinu, a nadaju se da će tako ostati i u narednim godinama.

– Što se tiče građevinskih radova postigli smo pun kapacitet, ugovoreni smo za cijelu godinu. S obzirom na to kakvo je trenutno stanje na tržištu

BiH, zadovoljni smo što i dalje opstajemo – kaže Knežević.

Dodaje da planiraju i investicije radi proširenja preduzeća i zapošljavanja novih radnika, ali da nije siguran da li će se ti planovi ostvariti ove ili naredne godine. Kao i sve ostale privrednike, i ova preduzeća muče isti problemi, a to su veliki fiskalni i parafiskalni nameti, nejasno regulisana zakonska regulativa i pristupi finansiranja.

– Muče nas standardni problemi koje svi imaju u ovoj državi. Ne olakšavaju nam poslovanje na našem tržištu, ali i ne pomažu da bismo postali još bolji – rekao je Knežević.

Istiće da ne postoji politika, a ni vlast koja je pomogla privredniku da napravi neki privredni zamah osim onih koji dobijaju poslove preko namještenih tendera, ali da se uz korektan rad može doći do rezultata.



UGRADNJA LUKSUZNIH KAMINA SVE POPULARNIJA U BiH



Mala porodična firma „Darkwood kamini“ iz Laktaša, čija je osnovna djelatnost prodaja, projektovanje, izrada i montaža kamina, tokom pet godina postojanja uspjela je da postane partner poznatih evropskih proizvođača.

Bogdan Trkulja godinama je uređivao enterijere, a kamini su bili sporedna djelatnost. Međutim, kako ističe, uviđio je da bi u budućnosti moglo doći do veće potražnje za ovim poslom, pa je odlučio da pokrene malu firmu u kojoj danas sam radi, a po potrebi angažuje saradnike.

S obzirom na to da sam radi, tržište BiH mu je, kako ističe, zasad dovoljno. Firma se u početku bavila samo ugradnjom kamina, a kasnije je počela da se

bavi i trgovinom, jer je u međuvremenu postala ovlašćeni uvoznik i distributer za BiH električnih kamina „Aflamo“ iz Poljske i vodećeg svjetskog proizvođača u oblasti električnih kamina „Dimplex“ iz Holandije.

– Bavimo se projektovanjem, izradom i montažom kamina, ali trenutno nam preovladava uvoz i prodaja drugim firmama i fizičkim licima. S obzirom na to da smo postali zastupnik poznatih proizvođača kamina iz Holandije i Poljske i mi ih distribuišemo drugim firmama i fizičkim licima. Radimo i sa firmom iz Kalesije koja proizvodi namještaj i oni za nas proizvode obloge u koje ugrađujemo kamine – kazao je Trkulja.

On je rekao da je za kompletну proizvodnju potrebno mnogo više ulaganja, ali i pomoći države. Trenutno je, kako navodi, problem i odlazak ljudi. Kaže da su kamini skupa i luksuzna roba i da ih u ovako siromašnoj državi nije lako ni prodati, ali da je, ipak, zadovoljan.

– Imamo konstantan rast. Na početku smo se bavili samo ugradnjom kamina u maloj radnji, ali nakon što smo postali zastupnik poznatih firmi i počeli sa prodajom, promet je drastično porastao – naglasio je Trkulja.

Kaže da ljudi najviše kupuju električne kamine čije se cijene bez ugradnje kreću od 500 KM do nekoliko hiljada maraka, dok se kamini na drvo kreću od 1.000 KM pa naviše. Govoreći o problemima sa kojima se susreće, Trkulja kaže da najviše problema ima sa naplatom.

– Kod nas su ljudi navikli da kupuju „na crtu“, a mi moramo sve unaprijed da platimo kada kupujemo. Trebalo bi



vesti red u naplatu, država bi trebala malo brže da reaguje. Kada nekoga tužite, dužniku bi automatski trebalo blokirati račun, pa bi onda gledao da dug što prije izmiri. Takođe, i država bi trebalo da malo smanji pritisak na privrednike, guraju mnogo ruke u džepove, a naši džepovi su plitki – istakao je Trkulja.

Firma „Darkwood kamini“, pored projektovanja, prodaje i ugradnje kamina, prerađuje prirodni dekorativni kamen i izrađuje kamene obloge za zidove u enterijeru i eksterijeru.



JEDINSTVEN SLATKIŠ IZ DOLINE UNE



ČokoMED - spoj meda, kakaa, lješnika i oraha originalan je i zaštićen, stodostotno prirodan, zdrav i ukusan slatkiš nastao u dolini rijeke Une u pčelinjaku i poljoprivrednom gazdinstvu Rajčević.

Pčelinjak i gazdinstvo u vlasništvu porodice Rajčević nalaze se u selu Suvaja, u opštini Kozarska Dubica, u prekrasnoj dolini rijeke Une, a Slobodan Rajčević kaže da se njegova porodica pčelastvom bavi unazad četiri generacije.

- Ovaj lokalitet obiluje netaknutim prirodnim bogatstvom i velikim brojem vrsta polena od kojih pčele i prave med. Ovo je porodični posao i sve proizvodne procese obavljamo sami, bez dodatnog angažovanja radnika - istakao je Rajčević.

Napomenuo je da pčelarstvo nije, kao što većina misli, lagan posao i da zahtjeva svakodnevni višečasovni rad 365 dana u godini.

- Što se tehnologije proizvodnje meda tiče, redovno pratimo trendove i

uvodimo inovacije u svoj posao. Nedavno smo kupili automatsku vrcaljku izrađenu u potpunosti od prehrabnenog nehrđajućeg čelika. Inovacije podrazumijevaju troškove, ali, sa druge strane, bilježimo značajnu uštedu u utrošenom vremenu i energiji u proizvodnji - naglasio je Rajčević.

Što se tiče vrsta meda, Rajčevići proizvode livadski med duže od stotinu godina, a razlog je prvenstveno geografski lokalitet i lokalni potencijal, odnosno njive i livade.

- Pored toga, livadski med proizvodi mo i jer sadrži najveći broj vrsta polena, te kao takav ima najširi spektar djelovanja na ljudski organizam. Kvalitet našeg meda kontroliše i potvrđuje Veterinarski institut „Dr Vaso Butozan“ iz Banje Luke - navodi Rajčević.

Trenutno njegova porodica ima 60 društava pčela, a brigu o njima im olakšava i činjenica da je Slobodanov otac Milan po struci profesor biologije.

- Godišnja količina proizvedenog meda varira u baš velikoj mjeri, odnosno

zavisi od velikog broja faktora, na koje, nažalost, nemamo uticaj - istakao je Rajčević.

Pored livadskog meda, Rajčevići proizvode i „ČokoMED“ koji je njihov najprepoznatljiviji proizvod. Riječ je o originalnom, zaštićenom, prirodnom, zdravom i ukusnom slatkišu koji predstavlja kombinaciju njihovog livadskog meda, stodostotnog kakaa, lješnika i oraha. „ČokoMED“, poručuju iz porodice Rajčević, čine sastojci koji imaju jak uticaj i benefit na zdravlje čovjeka.

Takođe, Rajčevići se bave i proizvodnjom prirodnog propolisa. Njihova proizvodnja je prilično mala, tako da o izvozu još ne razmišljaju i poručuju da bi to bilo moguće ako bi se udružili s drugim proizvođačima, te zajednički nastupili prema tržištu.

Svoje proizvode Rajčevići za sada prodaju „na kućnom pragu“ i putem lične preporuke. Nastupaju na sajmovima, a predstavice „ČokoMED“ i svoje druge proizvode i na II banjalučkom Festivalu čokolade i vina.

- Ko je jednom uzeo med od nas, uvijek se ponovo vraćao. To nam mnogo znači u smislu ohrabrenja za daljim bavljenjem ovim poslom. Ljudi vrlo brzo prepoznaju kvalitet naših proizvoda - ističe Rajčević.

Pored iskustva, njihov posao iziskuje ogroman fizički, ali i intelektualni napor.

- Da je lako, nije. Kao i u ostalim granama poljoprivrede. Na veliki broj faktora koji utiču na obim proizvodnje nemamo nikakav uticaj, a to su prije



svega klimatski uslovi, kasni mrazevi, manjak cvijeta i polena, kiše, bolesti pčela... Što se podrške države tiče, ona se uglavnom ogleda u posticajima koji i da su veći ne bi uspjeli pokriti sve naše troškove na godišnjem nivou - ističe Rajčević.

Kao jedan od problema on ističe i uvoz meda u BiH koji je izuzetno sumnjivog kvaliteta i još sumnjivijih niskih cijena što dovodi do obaranja cijene domaćeg meda.

- To nikako nije dobro gledano iz ugla prvenstveno zaštite potrošača, ali i razvoja i podrške domaćoj proizvodnji meda. Domaći med je vrhunskog kvaliteta i možemo reći da je na svjetskom nivou. Želja svih pčelara je da se država malo više angažuje oko kontrole uvoza meda i da zaštiti domaću proizvodnju. To bi bilo u interesu potrošača, proizvođača, kvaliteta meda i ugleda BiH kada je kvalitet ovih proizvoda u pitanju - naglašava Rajčević.

Što se tiče daljih planova, Rajčevići nastavljaju raditi kao do sada, a primarni cilj im je da se svojim radom bore da selo opstane i da se porodična tradicija proizvodnje meda nastavi.

VRATA I NAMJEŠTAJ IZ MRKONJIĆ GRADA OSVOJILI EVROPSKO TRŽIŠTE



Namještaj, parket i sobna vrata samo su neki od proizvoda firme „Iskra“ iz Mrkonjić Grada koji su osvojili kupce širom Evrope. Bračni par Jović prije 17 godina osnovao je porodičnu firmu koja danas zapošljava 40 radnika i snabdijeva kupce u više od 20 zemalja svijeta.

Vlasnik Miloš Jović, sa suprugom Vinkom, osnovao je 1991. godine preduzeće „Iskra“ u Drvaru da bi nakon određenog vremena proizvodnju preselili u selo Podbrdo, nadomak Mrkonjić Grada.

– Preduzeće smo osnovali kao privatnu porodičnu firmu koja se na početku bavila isključivo trgovinom na veliko i malo, a danas se bavimo samo proizvodnjom – istakao je Jović.

Tokom prvih godina postojanja u „Iskri“ su radili samo članovi porodice

Jović, ali rastom kompanije rastao je i broj radnika.

– U početku smo bili samo mi iz porodice da bi se razvojem preduzeće, kao i rastom proizvodnje, povećao i broj radnika. Trenutno zapošljavamo oko 40 radnika – rekao je Jović.

Proizvodi po kojima je „Iskra“ prepoznatljiva su sobna vrata, ulazna sigurnosna vrata, protivpožarna vrata, parket, masivni i višeslojni pod. Ovi proizvodi predstavljaju temelj na kojem počiva preduzeće. Pored toga, iz mrkonjičkih pogona izlazi i moderan i visokofunkcionalan namještaj, kuhinje, plakari, kancelarijski namještaj, kao i sav nameštaj po mjeri i želji kupaca.

U njihovoј ponudi se nalazi i ekskluzivni visokokvalitetni tapacirani namještaj izrađen od najkvalitetnijih štofova i prirodne kože, te opreme svjetski poznatih brendova kao

što su Egger, Fundermax, Kronospan, Blum, Hettich i Grass. Sve proizvode većinom izvoze u zemlje regije i u inostranstvo, prilikom čega čak 97 odsto njihovih proizvoda završi u Americi, zapadnoj Evropi i Srbiji.

Pored proizvodnje finalnih proizvoda, ovo preduzeće u svojoj ponudi ima i polugotove proizvode od drveta, a bavi se i obradom drveta u pilani koja posluje u okviru preduzeća. Pored piljenja i blanjanja drva, odnosno proizvodnje rezane građe, vrše i impregnaciju drveta.

– Kompletну našu proizvodnju izvozimo bilo da se radi o polugotovim ili gotovim proizvodima. Mali dio proizvoda plasiramo na domaće tržište – naveo je Jović.

Od kada je osnovano preduzeće bilježi pozitivne rezultate. Nikada nije blokirano na bilo koji način i nema dugovanja.

– S obzirom na uslove u kojima poslujemo i u kojima je veoma teško opstatiti, možemo reći da imamo dosta solidan rezultat u poslovanju. Bitno

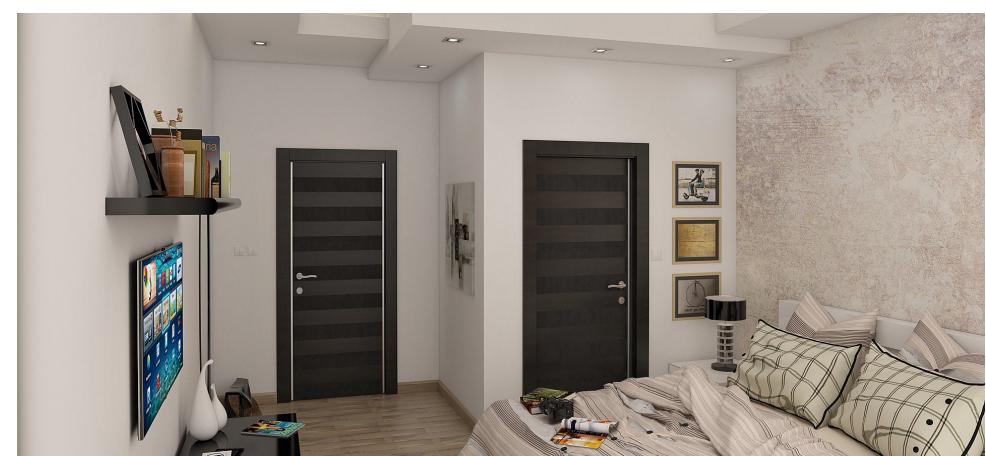
nam je da budemo uvijek u plusu, da naša proizvodnja teče bez ikakvih prepreka – rekao je Jović.

Kada su u pitanju poteškoće sa kojima se susreću prije svega ističu nabavku sirovina. Navode da su tokom 2018. godine od „Šuma Republike Srpske“ dobili svega 47 odsto ugovorenih količina drvnih sortimenata te da im je upravo to najveći problem sa kojim se susreću. Svake godine smanjuje se količina sirovine koja im je potrebna, čime su njihovi budući planovi o razvoju proizvodnje neizvjesni.

– Naša proizvodnja zavisi od ispruke sirovine. Ukoliko to koči, koči i naša proizvodnja, a s tim i budući planovi i dalji razvoj – ističe Jović.

Kao i većinu poslodavaca u BiH i ovo preduzeće muku muči sa nedostatkom kvalifikovanog kadra.

– Sve je manje radnika koji su stručni za posao kojim se mi bavimo. Sigurno bi zapošljavali i više radnika kada bi našli sposobljenost koja nam je potrebna – naglasio je Jović.



SA BALKONA DO TRI TONE SOSOVA ZA DM



Sosovi „Žutko“, „Merak“, „Mangup“ i „Bandit“ samo su neki od 11 sosova poizvedenih u Tuzli pod zajedničkim brendom „Ljutko“. Jedinstveni na tržištu BiH osvojili su ljubitelje ljutih začina i dodataka jelima te ispunili stroge kriterijume njemačkog lanca „dm drogerie market“ na čijim su policama od kraja prošle godine.

„Ljutka“ su, kao samostalni biznis, 2015. godine pokrenuli Dinko i Fatima Ratajc kada su neplanski zasadili malo veću količinu paprika te od balkona napravili urbanu džunglu sa 53 sadnice.

- Kada je došlo vrijeme berbe vidjeli smo da je to više nego što su naše stvarne potrebe i odlučili smo da pravimo proizvode - sosove. Kada bismo isli na roštilje i zabave nosili bismo naše proizvode i na nagovor prijatelja odlučili smo da pokrenemo mali biznis - počinje priču Dinko Ratajc.

Od balkonskog uzgoja i oko 20 kilograma sirovine preradene u 2015. godini došli su do 3.000 kilograma i polica „dm

drogerie marketa“ širom BiH u tri godine kasnije. Danas se pod brendom „Ljutko“ proizvodi 11 različitih sosova, a u svojoj ponudi imaju i ajvar „Belaj“, ljuti čili senf „Roštilj majstor“, ljuti kikiriki puter i pikantni sir u maslinovom ulju.

Sosovima daju veoma specifična imena, pa tako iz njihove kuhinje izlaze sosovi naziva „Merak“ - blago ljuti sos sa Hungarian Wax paprikama, nanom, bosiljkom i medom; „Žutko“ - blago ljuti sos sa ananasom, svježe cijeđenim sokom od narandže i Fresno x Datil F5 paprikama; „Mangup“ - blago ljuti sos sa mangom, ananasom i Jalapeño paprikama i „Habanero Bandit“ – bestseler „Ljutka“ sa Habanero Red Savina i roga paprikama.

Proizvode i sosove pod nazivima „Tužbasco“, „Analni zlotvor“, „Babuka“, zeleni i crveni „Šejtan“, „Ljutko“....

- Trebalo bi sada da izbacimo i novi sos „Rahmetlija“. To će biti broj dva,

jer ga proizvodimo jednom godišnje i njime obilježavamo godišnjicu postojanja - kaže Ratajc.

Ova tuzlanska porodica ima zaokružen proces proizvodnje, od sje-mena do gotovog proizvoda, a odlučili su se na šиру lepezu sosova po pitanju ljutine.

- Imamo sosove koji su blago ljuti, pravimo ih od najblažih paprika koje uzbajamo, pa sve do najljućih koje pravimo od paprika koje su svjetski rekorderi po ljutini. Sjeme smu u početku nabavljam preko interneta, povezali smo se s ljudima i nabavljamo provjero sjeme, ali svake godine se trudimo da obnovimo 60 odsto sopstvenog sjemena - ističe Ratajc.

Kaže da najljući sosovi idu najbolje, ali izdvaja i ljuti kikiriki puter koji je novost na bh. tržištu.

- Ljudi su navikli na klasični kikiriki puter i kada probaju ovaj kažu da se ne mogu vratiti na stari. U našem kikiriki puteru nalaze se i med i paprika što daje totalno drugačiji šmek - naglašava Ratajc.

Što se tiče tržišta, Ratajc kaže da im je od početka primaran bio kontakt s kupcima i direktna prodaja, te razvijanje svijesti o ovoj vrsti sosa-va, a najbolja prilika za to su im bili kraft festivali piva, ali i lokalni kafići i pabovi.

- U međuvremenu je „dm“ otvorio konkurs za podršku domaćim proizvođačima. U konkurenciji preko 40 proizvođača ušli smo u deset onih koji su dobili svoje mjesto na dm polica ma širom BiH. Za sada su tu sosovi



kojih imamo u dovoljnim zalihama kako ne bi u nekom momentu potrošači ostali bez njih. Polako uspijevamo da zadovoljimo tržište, iako još sve ručno proizvodimo supruga i ja. To daje posebnu čar našim proizvoda, a i jedini smo takvi na tržištu. To ne mora da znači da, ako se poveća potražnja, nećemo napredovati - ističe Ratajc.

Od planova ima nabavku opreme većeg kapaciteta i otvaranje prodavnice u Tuzli u kojoj bi plasirali „Ljutko“, ali i druge tradicionalne proizvode. Ratajc smatra da država treba više pažnje da posveti malim proizvođačima koji kvalitetom svojih proizvoda mogu da osvoje i evropska tržišta.

- Kada smo pokretali biznis imali smo podršku Udruženja samostalnih obrtnika Tuzle, dali su nam uputstva i pomogli oko registracije. Po pitanju lokalne zajednice, novčane podrške nismo imali. Sve potrebe bi mogli da pokrijemo sa domaćim proizvodima da se država angažuje, a ne da uvozimo sve i svašta sumnjivog kvaliteta - zaključuje Ratajc.

PRNJAVORSKI KOTLOVI GRIJU ALŽIRCE



Kotlovi za centralno grijanje za domaćinstva i za industrijske potrebe iz prnjavorskog „Toplinga“ stigli su nakon evropskog tržišta i do Alžira što predstavlja direktnu potvrdu visokog kvaliteta i poštovanja strogih konstrukcijskih i ekoloških normi.

Firma „Topling“ iz Prnjavora postoji od 1993. godine, a od malog preduzeća sa nekoliko zaposlenih radnika i projektovanja i izvođenja instalacija centralnog grijanja do 1996. godine prerasli su u firmu koja se bavi proizvodnjom i od tada bilježe stalni rast.

Prvi njihovi proizvodi bili su kotlovi manje snage namijenjeni za zagrijavanje manjih stambenih jedinica, lokalnih i proizvodnih radionica. Kako je raslo preduzeće, rasla je i snaga kotlova, a

danas imaju kotlove na sve vrste energetike u rasponu snage od šest kW do 12.000 kW.

– Proizvodimo kotlove za centralno grijanje za domaćinstva i za industrijske potrebe. Imamo kotlove za domaćinstva na čvrsto gorivo, odnosno na drvo, zatim kotlove na pelet u tri varijante. Pored toga imamo industrijske kotlove na biomasu, sječku, drvo i piljevinu. „Topling“ proizvodi i elektro-kotlove – kaže Dijana Agostini iz ove prnjavorske firme.

„Topling“ proizvode plasira kako na domaće tako i na tržište Evropske unije što predstavlja direktnu potvrdu visokog kvaliteta i poštovanja strogih konstrukcijskih i ekoloških normi.

– Oko 70 odsto prihoda ostvarujemo od izvoza. Zadovoljni smo prodajom za

sada. Pored zemalja Evropske unije, izvozimo i u Englesku, zemlje bivše Jugoslavije, u Ukrajinu, a sada imamo i jedan projekat u Alžiru – ističe Agostinijeva.

Dodaje da firma u počecima nije imala konkurenčiju, jer je bila jedina na tržištu BiH s pomenutim proizvodima, ali da se to promjenilo u zadnjih desetak godina.

– Pojavilo se puno prizvođača kotlova za domaćinstva, tako da je sada dosta teže nego što je prije bilo po pitanju probijanja na tržištu. Zbog toga vidimo veću šansu u proizvodnji kotlova za industriju – naglašava Agostinijeva.

Najprodavaniji i najprepoznatljiviji proizvod „Toplinga“ je kotao za industriju SASP snage od 1.000 do 2.500 kW koji najčešće kupuju pilane koje otpad koriste za zagrijavanje prostorija.

Topling“ posjeduje više ISO sertifikata za projektovanje, proizvodnju i instalaciju sistema za sagorijevanje biomase i kotlova, za projektovanje i izvođenje centralnog grijanja i klimatizacije. Njihova zelena tehnologija odobrena je od „Green Economy Financing Facility“ (GEFF) koji je dio međunarodnog programa Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD), a posjeduju i sertifikate bonitetne izvrsnosti i pouzdanosti.

Trenutno „Topling“ zapošljava oko 160 radnika, dok u sezoni taj broj dostigne i do 180 radnika.

Što se tiče investicija 2014. godine su kupili stare objekte firme „Alpos“ u stečaju što im je bila jedna

od najznačajnijih investicija, a prošle godine su kupili i mašinu od 400.000 evra.

– Otprilike svake godine ulažeмо do milion maraka u proizvodnju. Što se tiče novih proizvoda, nemamo u planu uvođenje novih, već mijenjamo dizajn postojećih – istakla je Agostinijeva.

Što se tiče uslova poslovanja, ona ističe da država treba da reaguje i preduzme nešto po pitanju odlaska radne snage.

– Privrednicima treba olakšati obaveze u vezi sa plaćanjem doprinosa i poreza kako bi onda radnike stimulisali da ostanu. Situacija u državi je takva da, bez obzira na platu, radnici ne žele da ostanu ovdje, tako da država treba da poradi na stimulaciji ljudi. Pod tim mislim i na promjenu političkog ambijenta, problema poput malih penzija, lošeg zdravstva – zaključila je Agostinijeva.



CAZINSKI LIM PO ŽELJI NJEMAČKOG DHL-A



Crijepne ploče i profilisani limovi, kao i fasadni i krovni paneli cazinske kompanije „Fiko commerc SF“ kvalitetom su nadmašili konkureniju i postali partneri njemačkog DHL-a i najvećih domaćih tržnih centara.

Kompanija „Fiko commerc SF“ počela je kao zanatska radnja u Cazinu 1977. godina da bi nakon rata prerasla u preduzeće sa deset zaposlenih radnika. Od tada konstantno raste i razvija se u oblasti građevinske limarije.

Pored proizvodnih pogona i prodaje u Cazinu ova firma 2006. godine otvara proizvodni pogon i u Hrvatskoj, a danas ima poslovnici i u Banjoj Luci.

Iz proizvodnih hala kompanije „Fiko commerc SF“ izlaze crijepne ploče, trapezno profilisani lim, fasadni profilisani lim i građevinska limarija. Pored limarskih proizvoda bave se i nabavkom i montažom čeličnih konstrukcija, krovnih, zidnih i fasadnih panela sa

ispunom od poliuretana, mineralne vune i stiropora. Vrše i montažu polikarbonata, pleksiglasa i alucobonda, a u svoju ponudu planiraju da dodaju i nabavku i montažu TRESPE.

Menadžer u toj kompaniji Slobodan Petković rekao je da se najviše bave profilisanjem jednostrukih limova.

- Tu su i krovni i fasadni sistemi, klasična limarija, pokrivanje kosih i ravnih krovova - istakao je Petković i dodao da ova firma oblaže i hale sa krovnim sendvič-panelima i fasadnim panelima.

„Fiko commerc SF“ danas zapošljava 40 radnika, u proizvodnji i na montaži.

- Sreća je što cazinska regija ima dosta zanatskih radnji i mladih koji se bave tim poslom tako da još uvijek imamo radnika uprkos odlasku u inostranstvo - ističe Petković.

Rade uglavnom za tržište BiH, a imali su poslove i u Crnoj Gori, Albaniji te nešto manje u Austriji.

- Najprodavanija je crijepna ploča za pokrivanje stambenih zgrada i individualnih objekata. U zadnje vrijeme sve više smo bazirani na montažu sendvič-panela na tržnim centrima i na proizvodnim halama. To su fasadni i krovni paneli, a klijenti su nam neke od najpoznatijih kompanija poput DHL-a čiji smo objekat radili u Sarajevu, zatim banjalučki Tropic, FIS. Trenutno radimo za Bingo i za više drugih privatnih firmi - kaže Petković.

U ovoj firmi ističu da su ispočetka imali veliku konkureniju, ali da sada već nije tako, jer su se kvalitetom probili na tržište.

- Investitorji za koje jednom radimo uvijek nas ponovo traže kada se proširuju. Mislim da je firma preživjela zato što se nismo susretali sa državnim institucijama, a kvalitetom smo osvojili i zadržali privatne kupce - ističe Petković.

Dodata da je privatnom investitoru najbitnije da za novac dobije kvalitet, dok u poslu s državom preovlađuje politički uticaj.

- Slovo i duh zakona nam smetaju. Za one koji su pri vrhu važi duh, a za



nas slovo zakona. To svi znamo i zbog toga se fokusiramo na privatne poslove - naglašava Petković.

Poručuje da država treba da se uzbilji, jer političari proizvode atmosferu u kojoj se investitori osjećaju nesigurno.

„Fiko commerc SF“ od planova izdvaja otvaranje proizvodnog objekta u Banjoj Luci i izgradnju novog pogona u Cazinu čime planiraju učiniti efikasnijom buduće poslovanje u regiji i osnažiti svoje pozicije u građevinskoj industriji u BiH.



SLATKO CARSTVO KOJE SE UZDIŽE IZ DERVENTE



Čokoladne praline obojene dugim dojama, čokolade i sušeno voće preliveno čokoladom pravo su slatko carstvo koje je u pohod na tržište krenulo iz Dervente.

Vlasnica samostalne zanatsko-ugostiteljsko-trgovinske radnje „MD Chocolate Boutique“ Daira Milaimi iz Dervente kaže da je prije tri godine odlučila da počne sa proizvodnjom pralina i čokolada.

– Mi smo mala manufaktura, u Derventi imamo proizvodnu i prodajnu jedinicu, dok u Sarajevu imamo samo prodaju naših proizvoda – ističe Milaimi.

Bazirani su na proizvodnju pralina koje su i njihov karakteristični proizvod, jer su sve proizvedene i ukrašene ručno.

– Imamo oko 30 vrsta pralina koje pravimo. U ponudi imamo i dječiji program, odnosno čokoladne lizalice, čokolade u tablama, lomljenu čokoladu, sušeno voće u čokoladi, kandiranu narandžu – naglašava Milaimi. Dodaje da torte prave po narudžbi, ali uglavnom one koje su bazirane na čokoladi.

Mjesečno proizvode u prosjeku oko stotinu kilograma pralina za domaće tržište, a ističe da su za jednu beogradsku kompaniju radili i korporativne poklone koji su uključivali miks pralina. Na određene zahtjeve iz Hrvatske nisu mogli da odgovore, jer je u pitanju bila potražnja za većom količinom pralina.

Milaimi ističe da je u početku bilo veoma teško probiti se na tržište i dodaje da ta borba još traje.

– Ne mogu reći da smo nezadovoljni, ali uvijek može bolje. Borimo se i ne

želimo ići u komercijalnu proizvodnju i prodaju. Ipak smo mala manufaktura, želimo da proizvodi ostanu kakvi jesu, da se rade i ukrašavaju ručno – kaže Milaimi.

Ova derventska proizvodnja planira rast tako što će zaposliti više ljudi koji će praviti praline ručno. Za sada zapošljavaju dvoje radnika koji sve ručno rade i nadaju se rastu broja radnika u skorije vrijeme.

Što se tiče uvođenja novih proizvoda, Milaimi kaže da nove ideje postoje, ali da nema smisla plasirati nešto novo svake sedmice.

– Sa potražnjom i širenjem tržišta dolazi do potrebe sa novim proizvodima. Za sada sezonski izbacimo po par novih proizvoda i to se pokazalo kao dobro, jer se ljudi onda obraduju nečem novom – rekla je Milaimi.

Ona ne može da izdvoji posebno neku pralinu koja se izdvojila kao favorit i najtraženija, jer ih obično pakuje više vrsta u jedno pakovanje.

– Kupci žele miks pralina, a mi odgovaramo na njihove potrebe i pravimo miks koji pakujemo, tako da prodaja svih ide u istom odnosu – kazala je Milaimi.

Osnovni problem sa kojim se ova proizvodnja susreće je transport, pogotovo ljeti, jer postoji mogućnost da se proizvodi tope ili kvare.

– Postoje i mašine koje bi nam bili od pomoći, a koje su ekstremno skupe, što trenutno ne možemo da priuštimo. Nadam se da ćemo nekada imati mogućnost da te mašine kupimo – priča Milaimi.

Što se tiče drugih poteškoća, ona kaže da je svjesna obaveza koje mora da plaća državi.

– Naravno da bi dobro došlo da su obaveze manje, to bi nam olakšalo poslovanje. Ono što nedostaje je da mi, a i drugi proizvođači, budu prepoznati od strane lokalne zajednice ili neke od institucija. Da nam daju vjetar u leđa kako bi poboljšali prodaju. Ne mora to biti novčana pomoć, ali na primjer neka vrsta promocije ili zajednička saradnja bi dobro došla, predstavljanje u drugim gradovima... Meni je žao zbog toga, jer imamo jedinstven proizvod koji nije prepoznat u tom pogledu – zaključila je Milaimi.



TRADICIJA UPAKOVANA U VISOČKE SOKOVE



Sok od nane, limuna i zove jedinstven je u BiH i općini svakog ko ga proba, a napitak od ove kombinacije biljaka i voća samo je jedan od sedam proizvedenih u okviru brenda „Sherbetlook“ iz Visokog.

Sve je počelo kada su Jakub i Njera Salkić osnovali poljoprivrednu proizvodnju „Zlatna kap“ prije više od dvije godine u Visokom i započeli preradu voća i povrća.

U vrijeme kada malo ko odlučuje da obrađuje zemlju, porodica Salkić nije se dvoumila i počeli su da rade na zemlji koju posjeduju što im je bio dobar temelj. Krenuli su u preradu voća i proizvodnju sokova.

Salkić kaže da su u početku pored sokova pravili i džemove, ajvare i dodatake jelima, ali da su odlučili da samo proizvode sokove, jer je to put da

obezbjede dovoljne količine za tržište i da se probiju do kupaca.

- Odlučili smo da poizvodnju pre registrujemo u stari tradicionalni zanat i da dalje nastavimo pod imenom „Sherbetlook“. Razlog za promjenu imena smo vidjeli u tome što postoje puno sličnih naziva našem ranijem brendu „Zlatna kap“, a i htjeli smo da ime više podsjeća na tradiciju, jer imamo tradicionalne proizvode poput soka od ruže i zove - istakao je Salkić.

Tako „Sherbetlook“ danas proizvodi sedam vrsta sokova od različitih vrsta voća, a iz njihove proizvodnje izlaze i neke od jedinstvenih kombinacija voća i biljaka.

Pored sokova od kupine, maline, višnje, jabuke ova visočka porodica proizvodi i sokove u kojima su spojili nanu, limun i zovu, nanu i limun, a uvode i sok od ruže koji do sada nisu imali u ponudi.

Sok od nane, limuna i zove je i njihov najtraženiji proizvod koji, kako ističe Salkić, općini svakog ko ga proba. Ovaj sok je i jedinstven u BiH, jer niko drugi ne proizvodi sok od ove kombinacije biljaka i voća.

- Nedavno smo nabavili jednu manju plantažu ruže koja se koristi za sokove, kreme i drugu proizvodnju. Zasadili smo oko 300 sadnica, te bi u junu ili početkom jula trebali da imamo prve plodove kada će početi proizvodnja soka - kaže Salkić.

Dodaje da su se u međuvremenu bavili i ulaganjem u tehnologiju te da su nabavili proizvodni pogon koji će im mnogo olakšati cijelokupan proces proizvodnje.

- Sada ćemo moći da proizvedemo dovoljne količine. Do sada smo godišnje imali malu proizvodnju, oko 5.000 litara godišnje, dok sada računamo da ćemo preći 10.000 litara, a vrlo izvjesno dostići ćemo i 15.000 litara proizvedenog soka godišnje - ističe Salkić.

Problem im je što nemaju hladnjaku, što ih na neki način ograničava, ali njenu nabavku još ne planiraju. Za to će se, kažu, pobrinuti nakon što dobiju neophodne sertifikate o kvalitetu koji će im omogućiti da imaju stabilnije tržište.

„Sherbetlook“ zapošljava tri radnika i većinu posla - od sadnje, preko berbe, prerade pa do gotovog proizvoda - obavljaju sami. Dio sirovina, poput kupine, otkupljuju od mreže dobavljača sa kojima sarađuju duže vrijeme.

Što se tiče plasiranja na tržište, sokovi „Sherbetlook“ imaju obezbijedeno mjesto na policama jednog od najvećih sarajevskih trgovačkih lanača „Hoše komerc“.

- U razgovorima smo i sa drugima prodajnim subjektima, planiramo sokove ponuditi i restoranima i kafićima, jer imamo pakovanja prikladna za njih - kazao je Salkić.

O izvozu ne mogu još da razmišljaju dok ne ispune standarde proizvodnje i kvaliteta, odnosno dok ne ispoštuju stroge uslove i u skladu s njima obezbijede proizvodni pogon.

Što se tiče odnosa lokalne i kantonalne zajednice i države, ističe da obaveze kojima su opterećeni nisu preveliki i da su imali i podsticaj prilikom nabavke mašine za preradu, jer su registrovani kao stari tradicionalni zanat koji ima jednu vrstu olakšica.

- Sa administracijom bude nedoumica. Uplate ne budu odmah evidentirane, potkradu se greške. Moglo bi sve biti brže i jednostavnije i da administracija počne proizvođače da gleda kao one koji im donose pare, a ne kao opterećenje - zaključio je Salkić.



PRIRODNA BOGATSTVA U „ECOMEDICO“ PROIZVODIMA



Sirupi za dječiji apetit, za jačanje imuniteta i protiv zdravstvenih poteškoća samo su neki od proizvoda sarajevskog preduzeća „Ecomedico“ koje od meda, propolisa i ljekovitog bilja spravlja različite prehrambene i kozmetičke preparate.

Adnan Čučuković sa suprugom prije četiri godine osnovao je preduzeće „Ecomedico“ nakon što je njihova zdrava hrana, proizvedena u kući, našla put do kupaca.

– U početku smo poslovali nas dvoje kroz kućnu proizvodnju. Uz veliki trud, ali i prepoznatljivost naših proizvoda kod kupaca razvili smo se u proizvodni pogon koji ima četiri radnika. Imamo kooperante, odnosno porodice koje nam

pomažu da naši proizvodi budu odličnog kvaliteta – rekao je Čučuković.

„Ecomedico“ je fokusiran na proizvodnju i prodaju ručno rađenih proizvoda čime pokušavaju da sačuvaju izvorni oblik sirovina koje se mogu prepoznati u njihovim proizvodima.

Iz pogona „Ecomedico“ izlaze različite vrste čajeva, sirupa, kapi, meda i mednih maski. Proizvodi po kojem su postali posebno poznati su sirupi za jačanje imuniteta kod djece i odraslih.

– Naš najbolji proizvod je sirup Ecovit koji je uspio riješiti višegodišnje probleme brojnih roditelja sa apetitom kod djece, ali i sa jačanjem njihovog sveobuhvatnog zdravlja. Pored njega, istakao bih još i sirupe Ecopyn, Ecosan, Ecopuls

i Ecoren – svi za jačanje imuniteta i tretiranje specifičnih zdravstvenih poteškoća – istakao je Čučuković.

„Ecomedico“ posluje na tržištu Bosne i Hercegovine i bilježi konstantan rast i razvoj.

– Od samog starta pa do danas firma se konstantno razvija, što podrazumijeva ulaganja koja finansiramo iz sopstvenih prihoda. Veoma smo zadovoljni kako su naši proizvodi prepoznati na tržištu, što nam daje ogroman vjetar u leđa, ali i mogućnost da se dalje razvijamo – kazao je Čučuković.

Krajem prošle godine uspješno su se izborili u trci za plasman na policama njemačkog „dm drogerie marketa“ čime su obezbijedili prisustvo na tržištu širom BiH. Prepoznati su od strane „dm“ kao perspektivan i kvalitetan proizvođač i to u konkurenциji više od 40 firmi.

Proizvodi „Ecomedico“ uskočili bi mogli da budu dostupni i u inostranstvu.

– Za ovu godinu je planirano proširenje asortimana proizvoda i priprema za izvoz s obzirom na to da interesovanja ima i izvan granica BiH. Ako bude potrebe i mogućnosti, proširićemo i proizvodne kapacitete – rekao je Čučuković.

Od poteškoća sa kojima se ovo preduzeće susreće, Čučuković ističe neusaglašene i nejasne zakonske propise koje država nameće čija primjena oduzima vrijeme, a od kojih privreda ne osjeti korist.



PORODIČNI BIZNIS NA PROZORSKIM KRILIMA



Prnjavorska firma „Tehnoplast“ koja se bavi proizvodnjom i ugradnjom ALU i PVC stolarije tokom deceniju i po postojanja izrasla je u pouzdanog partnera renomiranih evropskih firmi i velikog izvoznika.

Porodičnu firmu „Tehnoplast“ 2005. godine osnovao je Dalibor Maksimović. Osim njega, tada su u firmi radile samo njegova majka i supruga. Međutim, tokom deceniju i po postojanja firma je uspjela da zaposli 36 radnika, da se proširi na inostrano tržište i ostvari

saradnju sa najpoznatijim svjetskim proizvođačima u ovoj oblasti.

Proizvodni program „Tehnoplasta“ obuhvata proizvodnju i ugradnju svih vrsta prozora, ulaznih vrata, balkonskih vrata, staklenih bašti, roletni, komarnika, sekcijskih garažnih vrata i proizvodnju termoizolacionog stakla.

Proizvodni pogon „Tehnoplasta“ prostire se na 5.000 kvadratnih metara, a izgrađen je i upravno-izložbeni objekat na 800 kvadrata.

Šef proizvodnje ovog preduzeća Ljubinko Đurđević kaže da je firma

svake godine ulagala u tehniku i da se danas cijelokupan proces izrade obavlja na kompjuterizovanim postrojenjima za izradu stolarije i termoizolacionog stakla.

Kaže da više od 90 odsto reproduktivnog materijala nabavljaju iz uvoza, prvenstveno iz Njemačke, dok oko 30 odsto njihove proizvodnje ide u izvoz. Najviše izvoze u Njemačku i Austriju, ali jedan dio proizvodnje ide i u Holandiju, Švajcarsku, Rusiju.

Đurđević kaže da je najveći problem sa kojim se suočavaju neloyalna konkurenca i da bi država trebalo da se ozbiljnije pozabavi ovim problemom.

- Uvoze se nekvalitetni proizvodi iz Turske i zemalja iz okruženja, dosta manjih firmi koje rade na crno, ne prijavlju radnike, rade vikendom i na osnovu toga daju jeftiniji proizvod. Jedan od problema je i što veoma mali broj stručnih ljudi izlazi iz srednjih škola - istakao je on.

Trenutno zapošljavaju 36 radnika koji su raspoređeni u prodaji, proizvodnji i montaži, a Đuređević kaže da su do sada svake godine zapošljavali makar jednog novog radika.

Govoreći o planovima za naredni period, Đuređević je rekao da je to širenje proizvodnje i ostvarenje što većeg izvoza.

Kazao je da Područna privredna komora Banja Luka otvara izložbeni salon u Lincu na kojem će „Tehnoplast“ učestvovati s ciljem povećanja izvoza u Austriju i Njemačku.



EKOLOŠKI BLOKOVI ZA KVALITETNIJE I JEFTINIJE GRAĐENJE

Projektovanje i izgradnja eko-loškim materijalima, visoki stepen uštede energije, odlične zvučne i topotne izolacije otporne na zemljotrese, požare i eksplozije od sada je moguća i u BiH i to ISOTEX blokovima čiji ekskluzivni zastupnik za regiju „Vita product“ planira izgradnju fabrike blokova u Banjoj Luci.

„Vita product“ je relativno mlada banjalučka firma koja je veoma brzo postala regionalni lider u lansiranju ISOTEX blokova i panela za gradnju i međuspratne konstrukcije. Ovo preduzeće je ekskluzivni zastupnik ISOTEX-a za BiH, Srbiju i Hrvatsku. Ne samo da prodaje ISOTEX proizvode već svim zainteresovanim nudi i projektovanje objekata koji će se graditi ovim sistemom.

Ono što nude su podni paneли, standardni blokovi za gradnju zidova i specijalni blokovi koji olakšavaju postavljanje i ugradnju vanjskih ili unutrašnjih uglova, ramena za vrata i prozore, nadvoja. Tu su i zvučne barijere koje se primjenjuju za prigušenje buke u okolini puteva, autoputeva, željezničkih pruga, industrijskih centara...

- Do sada je, u svega nekoliko godina, na teritoriji Evrope izgrađeno preko 450.000 objekata korišćenjem ISOTEX blokova, od kuća do objekata više spratnosti. Zbog jednostavnog



sistema ugradnje koji znatno ubrzava cijeli proces i značajno smanjuje cijenu koštanja kompletne investicije odlučili smo se na plasiranje ovih proizvoda i već poslujemo sa više kompanija - ispričao je direktor firme „Vita product“ Igor Prosen.

Dodao je da ovaj sistem gradnje zahtijeva tri do pet puta manje radne snage nego klasična gradnja.

- Objekti građeni ovim sistemom se duplo brže završavaju nego klasični. Problem je što je svijest ljudi o ISOTEX-u na niskom nivou, jer je ovo nešto sasvim drugačije na tržištu - kazao je Prosen.

Istiće, međutim, da se „Vita product“ probija, jer ljudi vide da su ISOTEX blokovi kvalitetni, da sadrže i fasadu i oplatu koja trajno ostaje ugrađena.

- Sve je spakovano, takoreći tri u jedan, puno faza radova je izbjegnuto korišćenjem ovog sistema. To je jedan od razloga što mi kažemo da se ovim ne zida već slaže zid, kao lego kockice i za sve dobijete upustvo, pa svoj objekat možete sami da složite - naglašava Prosen.

Što se tiče cijene ovih proizvoda, on ističe da je gradnja ISOTEX blokovima minimum deset odsto jeftinija od klasične gradnje. Pored toga, ovaj sistem je ekološki prihvativ i energetski efikasan, prema klasi A4.

U firmi „Vita product“ nisu se ograničili samo na prodaju ovih proizvoda, već nastoje da klijentima ponude mnogo šire usluge.

- Lice može sa gotovim projektom kuće ili poslovnog objekta doći kod nas, jer imamo arhitekte i saradnju sa dva biroa. Možemo uraditi premjer i predračun i dati ponudu za gradnju. Možemo i da radimo cijeli proces od početka, da projektujemo po želji kupca i da cijelokupnu dokumentaciju završimo - ističe Prosen.

Iako rade tek par mjeseci, već projektuju osam zgrada na teritoriji Banje Luke, Prijedora, Gradiške i Teslića i dvadesetak privatnih kuća.

- Za kratko vrijeme smo dosta postigli i ljudi prepoznaju kvalitet - kaže Prosen.

Istiće i da su potpisali ugovore o saradnji sa nekim od najvećih građevinskih firmi koje će u svoje investicije ugrađivati ISOTEX blokove.

- U Banjoj Luci imamo izložbeni salon, našli smo partnera u Srbiji



i tamo uskoro otvaramo salon, a isti plan je i za Zagreb. Potpisujemo uskoro ugovor da budemo zastupnici za Crnu Goru, Makedoniju, Albaniju i Grčku - rekao je Prosen.

„Vita product“ trenutno zapošljava tri radnika i oko 20 spoljnih saradnika, ali ne planiraju da ostanu na tome.

- Fabrika koja proizvodi blokove je u Italiji, a u planu je da takvu fabriku otvorimo i u Banjoj Luci i da u početku odmah zaposlimo minimum 50 ljudi - ističe Prosen i dodaje da je prije svega potrebno proširiti tržište što se već odvija uspešno.

- Ne mijesamo se u politiku, pa se i nama politika ne mijesha u biznis. Država treba da brine o odlasku ljudi, a i mi svjedočimo da su najveći kupci ovdje ljudi iz inostranstva koji planiraju u starosti da se vrate. Država bi trebala da ima više sluha za zapošljavanje mladih, za subvencionisanje privrede kako bi mladi ostajali - poručuje Prosen.

Istiće da za gradnju energetski efikasnih objekata još nema subvencija, dok to države podstiču svuda u svijetu.

- Država je počela to provoditi putem stranih organizacija i kreditnih linija, ali ništa ne rade da ozbiljnije implementiraju tu ideju - zaključuje Prosen.

LJUBUŠKI E-BAY OSVAJA TRŽIŠTE BIH

The screenshot shows the homepage of Order.ba. At the top, there's a navigation bar with links for 'O NAMA', 'GARANCIJA KVALITETE', and 'KONTAKT'. To the right of the navigation are 'LOGIN / REGISTER' buttons, a heart icon, a shopping cart icon, and a distance indicator '0.00 KM'. Below the navigation is a section titled 'Kategorije' (Categories) featuring eight colored boxes with icons and labels: 'Kućanski aparati' (Kitchen Appliances), 'TV, mobiteli i elektronika' (TV, mobile phones and electronics), 'Računala i periferija' (Computers and peripherals), 'Auto moto' (Auto/motor), 'Sport i prehrana' (Sports and food), 'Moda' (Fashion), 'Parfumerija i drogerija' (Perfume and drogeria), and 'Baby oprema' (Baby equipment).

Internet trgovina order.ba, koja na jednom mjestu omogućuje jednostavnu kupovinu širokog assortimenta proizvoda, izrasla je u Ljubuškom i danas predstavlja regionalni e-bay koji iz dana u dan raste, a sve zahvaljujući entuzijazmu mlađih u firmi „Agenda-co“.

Firma „Agenda-co“ pokrenuta je prije četiri godine, a od prošle godine posluje pod tim nazivom i bavi se veleprodajom putem interneta, a ima i maloprodajni objekat u Crvenom Grmu u Ljubuškom.

Dvadesetjednogodišnji vlasnik i direktor firme „Agenda-co“ Josip Petrušić rekao je da se za trgovinu putem interneta zainteresovao prije šest godina, dok je još bio maloljetan, te da je kao voditelj internet prodaje radio u jednoj kompaniji tri godine da bi zatim ušao u privatni biznis.

- Počeo sam raditi kao drop-shipper, odnosno na e-bayu sam

preprodavao stvari sa drugih internet trgovina. Vidjevši da može da se ostvari više, otvorio sam vlastitu internet prodavnici - rekao je Petrušić.

Dodao je da je krenuo od nule što se tiče kapitala u vidu novca, ali je imao prostor i skladište za robu u porodičnom vlasništvu, što mu je bilo olakšanje za početak biznisa. Njegova firma danas u ponudi ima proizvode više od 25 svjetskih brendova u različitim kategorijama - od alata, bijele tehnike, baby opreme, proizvoda za domaćinstvo, mode... Proizvodi koje nude kupcima mogu se pogledati u internet trgovini order.ba.

U njenoj ponudi su proizvodi svjetskih brendova Vox, Candy, Dyson, Iskra, Samsung, Elit, Rowenta, Tefal, Babyliss... Od alata i pribora za alat kao primarni brendovi ističu se Makitu i Ferm.

Za firmu „Agenda-co“ primaran je uvoz i distribucija i veleprodaja krajnjim kupcima i firmama kojih je najviše u

BiH. Što se tiče izvoza i prodaje firma za sada imaju tržište u Hrvatskoj. Kupci iz Hrvatske su im i stalne mušterije u maloprodajnom objektu u Ljubuškom, s obzirom na to da se nalazi blizu granice, a komšije imaju pravo i na povrat PDV-a.

Za sada u „Agenda-co“ ne razmišljaju o otvaranju novih maloprodajnih objekata, jer to zahtijeva dodatna sredstva. Petrušić dodaje da je svijest građana BiH o kupovini putem interneta ranije bila na niskom nivou, ali da je u posljednje vrijeme sve veća i veća, jer kupci stiču povjerenje.

- Kad vide robu, kad vide fiskalni račun i garanciju, građani tek onda plaćaju. To čini da budu manje skeptični. Imamo i onih koji direktno karticom unaprijed plate, ali je to rijetko - kazao je Petrušić.

„Agenda-co“ zapošljava šest radnika, ali ne planiraju da stanu na tome, jer imaju povećan obim posla. Uskoro će zaposliti još dva radnika.

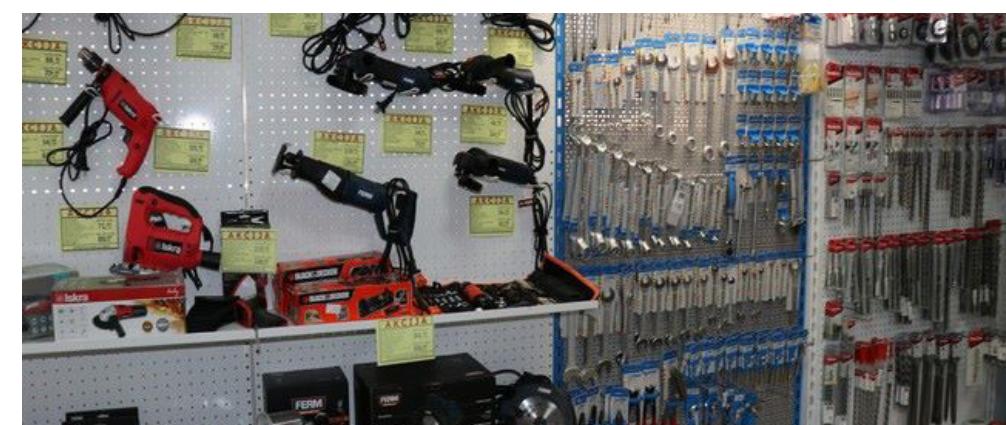
Petrušić ističe da je tokom razvoja kompanije bilo poteškoća i padova, ali da nije odustajao jer mu je cilj bio da



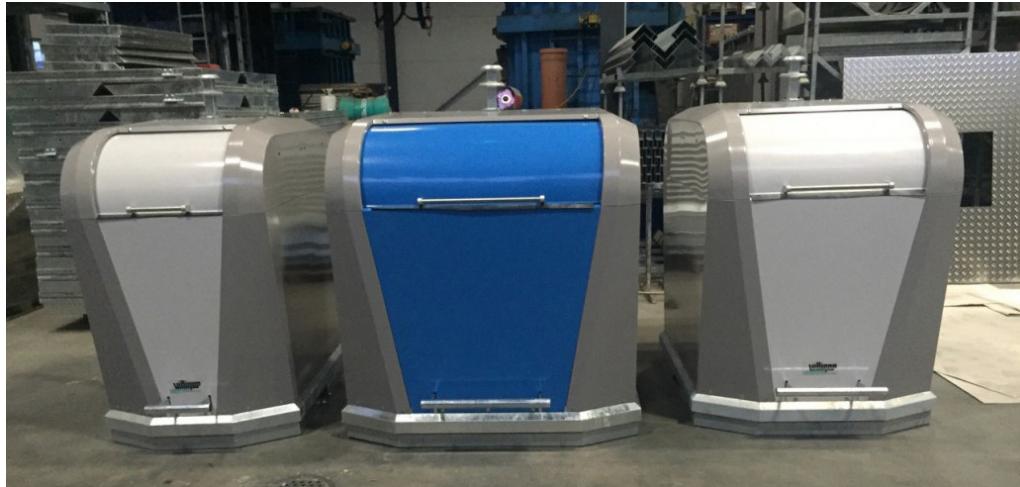
uspije. Problema sa lokalnom zajednicom, kantonalnim i entitetskim institucijama nije imao što se tiče administrativnih procedura i dobijanja dozvola.

Smatra da bi institucije u BiH trebale više da stimulišu mlade, dodajući da je cijeli biznis razvio bez pomoći i zahtijeva prema državi.

- Moja poruka je da mladi ne čekaju na državu, jer mogu sve postići samo ako žele da obezbijede dovoljnu platu i da imaju za normalan život ne trčeci za velikim luksuzom - rekao je Petrušić.



KONTEJNERI IZ LAKTAŠA STIGLI DO MAROKA



Kontejnere za otpad, jedinstvene na domaćem tržištu, a prepoznate i na inostranom, proizvodi laktaška firma „Vendom“ već šesnaest godina.

Boro i Sandra Đukanović 2003. godine osnovali su preduzeće „Vendom“ u kojem su samo njih dvoje radili da bi se do danas razvili u veliko preduzeće koje broji preko stotinu zaposlenih.

Iako iz različitih branši pronašli su se u ovoj priči te počeli sa proizvodnjom, prvo polugotovih proizvoda da bi sa godinama razvoja došli do gotovih kontejnera za otpad i kranera za vozila koja prazne kontejnere.

– Krenuli smo od jednostavnih pozicija koje smo radili prvenstveno za švajcarsko tržište, pa smo te pozicije i

polugotove proizvode sklapali u gotove proizvode – istakla je Đukanovićeva.

U biznis su ušli planski, tako što su prvo našli tržište za svoje proizvode u Švajcarskoj i Danskoj, a tek onda počeli proizvodnju.

– Imamo više od stotinu zaposlenih, izvozimo u Švajcarsku i Dansku koje nisu u Evropskoj uniji, na kompletno tržište EU i imali smo čak jedan dio izvoza i u Maroko – kazala je Đukanovićeva.

Objasnila je da se ovi kontejneri ne koriste u BiH ili regionu.

– To su podzemni i nadzemni kontejneri za otpad i kraneri koji se montiraju na vozila. Pomoću tih kranera kontejneri se vade iz ležišta u zemlji i prazne. To je naš osnovni proizvod po kojem smo prepoznatljivi, tako da ovdje praktično nemamo konkurenčije. Dodatno



pravimo i sve druge vrste metalnih konstrukcija i proizvoda, po zahtjevima kupaca ili po rješenjima naših inženjera – istakla je Đukanovićeva.

Za sto odsto povećali su broj radnika u protekloj godini, jer im se izvoz povećao za 50 odsto u odnosu na 2017. godinu. Svake godine rastu i šire se.

– Planiramo proširenja svake godine. Imamo pet hala i 10.000 kvadrata proizvodnog i duplo više vanjskog prostora. Što se tiče investicija prioritet nam je nabavka novih i osavremenjavanje postojećih mašina – rekla je Đukanovićeva.

Dodala je da vrijednost planiranih investicija, samo ove godine, iznosi oko 1,5 miliona KM.

– Nemamo većih poslovnih problema, jer imamo stabilno tržište, stalne kupce, a nemamo konkurenčije. Jedini problem je osjetni nedostatak radne snage, a nemamo uređen sistem da to zaustavi – istakla je Đukanovićeva.

U ovoj laktaškoj firmi plate su iznad prosjeka u BiH i sve su bliže primanjima koja imaju radnici u Njemačkoj. „Vendom“ je nedavno od strane Privredne komore RS nagrađen za najbolje srednje preduzeće u Srbiji.



