



Infokom

GLASNIK VANJSKOTRGOVINSKE/SPOLJNOTRGOVINSKE KOMORE BOSNE I HERCEGOVINE

WWW.KOMORABIH.BA

BROJ 75 • GODINA XII • SEPTEMBAR / RUJAN 2019.

BESPLATAN PRIMJERAK



Aktivnosti i rezultati Konzorcija Evropske preduzetničke mreže u FBiH

Vanjskotrgovinska razmjena BiH sa svijetom u razdoblju I-VI mjesec 2019. godine

KONFERENCIJE • MEĐUNARODNA SARADNJA • BH PRIVREDA • TRANSPORT
TRŽIŠTA • SAJMOVI • EDUKACIJA • EEN MREŽA • PREDSTAVLJAMO • INTERVJU

ISSN 1840-3417



917718401341004

Izdavač:

VANJSKOTRGOVINSKA /
SPOLJNOTRGOVINSKA
KOMORA BOSNE I
HERCEGOVINE

Adresa:

Branislava Đurđeva 10
71000 Sarajevo

Uređivački kolegij:

Nemanja Vasić, predsjednik
Ivan Mandić
Zdravko Marinković
Nihad Bajramović
Enes Ališković
Ognjenka Lalović
Boris Marković
Aida Kapičija
Engin Mešanović

Kontakt:

Aida Kapičija
Tel: +387 33 566-272
Fax: +387 33 214-292

E- mail:

aida.kapicija@komorabih.ba
<http://www.komorabih.ba>

Dizajn i priprema:

Engin Mešanović

Štampa:

Suton d.o.o. Široki Brijeg

Tiraž:

2000

BESPLATAN PRIMJERAK

Sadržaj

- 4** INTERVJU
dr. Senad Softić, guverner
Centralne banke BiH
- 8** KONFERENCIJA
Izazov izvoza - Potreba
formiranja jedinstvenog
tržišta regiona
- 10** POSLOVNI SUSRETI
Saradnja Bosne i
Hercegovine sa Češkom i
Grčkom
- 12** INO SAJMOVI
Promocija bh. privrednika
na tržištu Kine
- 14** PROJEKTI
Pristup novim tržištima i
certifikacija za kompanije iz
BiH
- 16** EEN
Aktivnosti, rezultati i
uspješne priče Konzorcija
Evropske preduzetničke
mreže u FBiH u prethodne
dvije godine
- 18** ANALIZA
Vanjskotrgovinska razmjena
BiH sa svijetom u razdoblju
I-VI mjesec 2019. godine
- 21** Blagi pad razmjene
industrije tekstila, odjeće,
kože i obuće
- 24** Trendovi grafičke i papirne
industrije BiH u posljednjih
pet godina
- 26** Trendovi u poljoprivredno-
prehrambenom sektoru
od 2014. godine
- 30** Zastupljenost sektora
poljoprivrede u medijima u
BiH
- 32** SAJAMSKA INDUSTRIJA
Početak jesenje sezone
sajmova
- 36** TRANSPORT I
KOMUNIKACIJE
Pametni (Smart) digitalni
tahografi
- 37** Odbor za olakšavanje
transporta u BiH - šansa
za sistemsko rješavanje
niza otvorenih pitanja u
transportu
- 38** Ispitivanje usaglašenosti
prijedloga međunarodnih i
međuentitetskih autobuskih
redova vožnje
- 40** LOGISTIKA
Bez čega najbrže ostanete
na skladištu
- 43** MOJ PROIZVOD
Promocija potencijala bh.
gospodarstva
- 44** Pametni gradovi: prvi korak
za pametno društvo
- 47** PREDSTAVLJAMO
Gradska razvojna agencija
Istočno Sarajevo (RAIS)
- 50** LOKATOR.APP™
- 52** FINANCIJE
FinTech – ta magična riječ
- 55** Inovacije u finansijskim
uslugama u BiH
- 56** VRHUNSKJE PROIZVODNE
PRAKSE
Toyota proizvodni sistem
- 58** AGENCIJA ZA NADZOR NAD
TRŽIŠTEM
Osnovni sigurnosni zahtjevi
za stavljanje na tržište
ručnih električnih brusilica

Uvodnik

Cijenjeni čitaoci,

uprkos sezoni godišnjih odmora, tim Spoljnotrgovinske komore Bosne i Hercegovine vrijedno je radio i za vas pripremio novo izdanje komorskog glasnika Infokom.

Na samom početku pročitajte intervju sa guvernerom Centralne banke Bosne i Hercegovine Senadom Softićem koji je, između ostalog, govorio o trendovima u finansijskom sektoru te uticaju političkih prilika u zemlji na ekonomska kretanja.

Mjesec avgust završen je konferencijom Izazov izvoza sa koje je poslan apel i poziv nadležnim da ubrzaju svoje aktivnosti i doprinesu bržem i efikasnijem kreiranju jedinstvenog ekonomskog prostora, ali i ukidanju svih barijera koje otežavaju poslovanje kompanija regiona.

Pored pokazatelja spoljnotrgovinske razmjene BiH sa svijetom za prvih šest mjeseci 2019. godine, analizirali smo i trendove u grafičkoj i papirnoj industriji BiH u posljednjih pet godina, kao i poljoprivredno-prehrambenom sektoru od 2014. godine.

Spremni smo za jesenju sezonu sajмова, a donosimo i najnovije vijesti iz transporta. Svakako da će vašu pažnju privući i tekst o prvom koraku ka pametnom društvu, jer u ovom broju predstavljamo koncept pametnog grada kao kompleksnog sistema javnih servisa i upravljanja infrastrukturom, planiranja izgradnje, održavanja i unapređenja, sa ciljem da se u konačnom postigne maksimalno zadovoljstvo građana kao korisnika tih sistema. Ovo su samo neke od tema koje vas čekaju na narednim stranicama.

Iskreno se nadamo da ćemo opravdati vaše povjerenje te da ćete i u ovom broju Infokoma pronaći nekoliko vama korisnih informacija.

Do narednog broja srdačno vas pozdravljam,

Nemanja Vasić, predsjednik





Dinamika provođenja strukturalnih reformi i konstituisanja svih nivoa vlasti su trenutno ključni domaći izazovi

Sa guvernerom Centralne banke BiH dr. Senadom Softićem razgovarali smo, između ostalog, o ekonomskim kretanjima u Bosni i Hercegovini, trendovima u finansijskom sektoru, kreditnom rejtingu naše zemlje, instrumentima finansiranja za bh. privrednike, investicijama te ulozi CBBiH u procesima evropskih integracija i planiranim aktivnostima Banke do kraja ove godine

Kako biste ocijenili makroekonomska kretanja u prvih šest mjeseci 2019. godine i kakva su Vaša očekivanja do kraja godine?

“Prema posljednjim dostupnim podacima u prvom tromjesečju tekuće godine, godišnji rast realnog BDP-a iznosi 2,2%. Ima naznaka da bi u narednim periodima moglo doći do usporavanja ekonomske aktivnosti u BiH, mada ne u značajnoj mjeri. Iako su uslovi iz makroekonomskog okruženja nepovoljniji

u odnosu na prethodnu godinu, u 2019. godini postoje domaći faktori koji bi mogli neutralisati dio efekata spomenutih šokova.

Za očekivati je da industrijska proizvodnja uspori rast na godišnjem nivou zbog globalnih trendova i usporavanja prerađivačke industrije u zemljama, prvenstveno Njemačkoj, na koje se naša prerađivačka industrija oslanja. Na harmonizovanost naše industrijske proizvodnje sa zemljama glavnim

trgovinskim partnerima možda najbolje ukazuje podatak Agencije za statistiku BiH da je, već neko vrijeme, preko 10% bh. uvoza bio uvoz radi dorade i obrade. Također, imamo i situaciju sa Aluminijem koja će se sigurno negativno odraziti na industrijsku proizvodnju u trećem kvartalu. Sa druge strane, pre-rađivačka industrija generira oko 15% realne bruto dodatne vrijednosti pa je moguće da će neke druge djelatnosti neutralisati bar dio negativnih efekata. Za razliku od prethodne godine, javne investicije u infrastrukturu su povećane pa je sasvim izvjesno da će građevinarstvo, naprimjer, generisati više realne bruto dodatne vrijednosti nego prošle godine. Također, posjete turista su, već prema prvim informacijama, iznad prošlogodišnjih, što će se pozitivno odraziti na realnu bruto dodatnu vrijednost od uslužnih djelatnosti. Finansijsko posredovanje, kao djelatnost koja generiše realnu bruto dodatnu vrijednost u statistici nacionalnih računa, u 2018. godini je poraslo za 6,5%, i ne očekujemo dramatično smanjenje u 2019. godini. Konačno, treba uzeti u obzir i da nam se EU tržište otvorilo za širu paletu proizvoda životinjskog porijekla, što, također, ima pozitivan efekat na ekonomsku aktivnost.

Naravno da bi bilo bolje da ovih negativnih faktora nismo imali, jer bi bilo realno očekivati značajniji rast realne ekonomske aktivnosti u 2019. godini u odnosu na prethodne. Kako će se usporavanje globalne ekonomske aktivnosti odraziti na zemlje u razvoju i tržišta u nastajanju, pogotovo region koji graniči sa EU, teško je predvidjeti. Prethodnih godina se region pokazao otpornijim na usporavanja globalnog rasta nego razvijene zemlje, ali i u poređenju sa brojnim zemljama u razvoju i tržištima u nastajanju.

Koji su najveći izazovi s kojima se susreće ekonomija BiH?

„Dinamika provođenja strukturalnih reformi i konstituisanja svih nivoa vlasti su trenutno ključni domaći izazovi. Prognoze usporavanja ekonomskog rasta EU i eurozone, kao i evropskih zemalja u razvoju, poremećaji globalnih trgovinskih odnosa uslijed eskalacije trgovinskih sporova između SAD-a i Kine, kretanje cijena nafte, kao i političkih i geopolitičkih neizvjesnosti, uključujući rizike u vezi sa Brexitom, ukazu-

ju da bi pred nama mogao biti izazovan period.

U narednom periodu će se zahtijevati možda veći angažman države u vidu donošenja strategija koje bi trebale povećati ili bar održati nivo direktnih stranih investicija kreiranjem stabilnog poslovnog ambijenta. Nadalje, pokretanje velikih infrastrukturnih projekata bi moglo da do određene mjere ublaži nedostatak privatnih investicija i da pozitivan doprinos povećanju zaposlenosti i rastu BDP-a.”

Koliko političke prilike u zemlji utiču na ekonomsku kretanja?

“Politička situacija u svakoj zemlji, pa i u BiH, ima značajan efekat na ekonomsku aktivnost. U slučaju BiH, rejting agencije su prepoznale kompleksan institucionalni okvir kao jedan od glavnih ograničavajućih faktora za poboljšanje suverenog rejtinga zemlje. Svakako da bi brža uspostava funkcionalne vlasti na svim nivoima dala dodatni zamah započetom procesu strukturalnih reformi. Samim tim, BiH bi postala privlačnije područje stranim investitorima, a stvorio bi se prostor i za jačanje domaćih investicija, kako privatnih tako i javnih.”

Kakvi su trendovi u finansijskom sektoru?

“Blagi rast ekonomske aktivnosti u zemlji u 2018. godini povoljno je uticao na jačanje stabilnosti finansijskog sektora u BiH. Aktiva finansijskih posrednika u BiH bilježi kontinuirani rast, pri čemu dominantan uticaj na rast aktive ima bankarski sektor. Iako je ostvaren rast aktive u svim nebankarskim finansijskim sektorima, i dalje je zanemarivo malo učešće nebankarskih finansijskih institucija u ukupnoj aktivni finansijskih posrednika. Najveći udio u bilansnoj sumi nebankarskog finansijskog sektora imaju društva za osiguranje i reosiguranje, koja su u 2018. godini ostvarila nešto skromniji rast bilansne sume i premijskih prihoda u odnosu na prethodnu godinu. Mikrokreditni sektor karakteriše nastavak trenda rasta kreditne aktivnosti, dok se stanje u sektoru lizinga može ocijeniti stagnirajućim. Tržišta kapitala u BiH karakteriše nizak obim prometa na obje berze, kao posljedica nedostatka velikih domaćih i inostranih institucionalnih investitora i ograničenosti instrumenata za trgo-

vanje, a najaktivniji segment tržišta kapitala je trgovanje domaćim dužničkim vrijednosnim papirima. Značajno smanjenje berzanske aktivnosti na primarnom tržištu posljedica je smanjenog intenziteta zaduživanja sektora vlade na domaćem tržištu kapitala.

Bankarski sektor, kao najznačajniji segment finansijskog sektora u BiH, prema svim parametrima se može ocijeniti stabilnim, adekvatno je kapitaliziran i karakteriše ga visok nivo likvidnosti. Profitabilnost bankarskog sektora u prvom kvartalu 2019. je na zadovoljavajućem nivou. Trend poboljšanja kvaliteta aktive nastavljen je tokom prošle godine i u prvom kvartalu ove godine.

Prema podacima CBBiH, omjer nekvalitetnih prema ukupnim kreditima, zabilježen u prvom kvartalu tekuće godine, je najniži u posljednjih devet godina i iznosi 8,5%. Bitno je istaći da smanjenje omjera nije posljedica isključivo rasta kreditne aktivnosti, nego i smanjenja stanja nekvalitetnih kredita. Krediti i nefinansijskim preduzećima i stanovništvu bilježe trend rasta na godišnjem nivou već nekoliko godina. U 2019. godini se bilježi trend usporavanja rasta kredita nefinansijskim preduzećima, u odnosu na prethodne godine. Pri tome treba imati u vidu da su stope rasta kredita ovom sektoru godinu dana ranije bile prilično visoke pa nije bilo ni za očekivati da se takav trend nastavi.”

Kakvo je stanje sa rezervama?

„Na dan 22. 8. 2019. godine, devizne rezerve CBBiH iznosile su 12,575 milijardi KM, uz godišnje povećanje u iznosu od 954 miliona KM ili 8,21%. Značajan saldo koji CBBiH ostvaruje sa komercijalnim bankama utiče na rast deviznih rezervi, a rezultat je većinom porast kratkoročnih privatnih priliva u BiH. Novčane doznake iz inostranstva su u 2018. godini iznosile 2,7 milijardi KM, dok zadnji podaci o direktnim stranim investicijama, na godišnjem nivou, pokazuju priliv investicija u toku 2018. godine u iznosu od 783,4 miliona KM, i približno su jednake iznosu iz 2017. godine. Negativan doprinos promjenama u deviznim rezervama imaju vanjskotrgovinska kretanja. Smanjenje rasta izvoza prisutno je od trećeg kvartala 2017. godine i, uz značajan rast uvoza, došlo je do produbljenja trgovinskog deficita.

Rast tržišne vrijednosti deviznih rezervi CBBiH uticao je na rast koe-

ficijenta pokriva valutnog odbora na 107,64%. Neto strana aktiva sa 31. 7. 2019. godine iznosi rekordnih 865,98 miliona KM. Kontinuiran rast deviznih rezervi koji je na godišnjem nivou prisutan od 2012. godine značajno je poboljšao omjer pokrivenosti vanjskotrgovinske razmjene koji se koristi kao jedna od mjera adekvatnosti visine deviznih rezervi. Tako je zaključno sa 2018. godinom taj omjer iznosio 7,5 mjeseci i porastao je za više od dva mjeseca u odnosu na 2012. godinu.”

Kolika je aktiva komercijalnih banaka?

„Aktiva bankarskog sektora na kraju 2018. godine je iznosila 29,9 milijardi KM, a udio aktive bankarskog sektora u nominalnom BDP-u iznosio je 91,6%. Višegodišnji trend rasta ukupne aktive bankarskog sektora u BiH nastavljen je i u 2019. godini, tako da je na kraju prvog kvartala ove godine ukupna aktiva iznosila 30,2 milijarde KM.”

Kako biste ocijenili kreditiranje privrede kroz razvojne i komercijalne banke?

„U finansiranju svojih poslovnih aktivnosti sektor privatnih nefinansijskih preduzeća se najviše oslanja na kreditnu podršku bh. komercijalnih banaka. Prema podacima CBBiH, komercijalne banke su tokom 2018. godine sektoru nefinansijskih privatnih preduzeća odobrile 3,78 milijardi KM novih kredita, što je u odnosu na prethodnu godinu manje za 9,8%, dok je u prvih pet mjeseci 2019. ovom sektoru odobreno 1,4 milijarde KM, odnosno za 7,6% više u odnosu na isti period prethodne godine. Godišnja stopa rasta kredita privatnim nefinansijskim preduzećima u 2018. godini iznosila je 3,8%, dok je u prvom polugodištu 2019. godine u ovom sektoru zabilježen kreditni rast od 4,2% u odnosu na kraj prethodne godine.

Visina kamatnih stopa i dalje nije prepreka jačoj kreditnoj aktivnosti u zemlji. Ipak, jedan od ograničavajućih faktora za intenzivnije finansiranje privatnih nefinansijskih preduzeća jeste kvalitetnije upravljanje kreditnim rizikom u komercijalnim bankama. Naime, pojedine banke su zbog slabijeg upravljanja kreditnim rizikom u prethodnim godinama pretrpjele značajne gubitke.

Zaduženost privrednih subjekata iz grupe malih i srednjih preduzeća nije zanemariva, a najveći problemi u otplati kredita tokom proteklih godina javljao se upravo u segmentu pravnih lica. Zato komercijalne banke više pažnje posvećuju procjeni kreditnog rizika, što utiče na opredjeljenje banaka da finansiraju privredne projekte koji se ocijene kvalitetnim i manje rizičnim.”

Šta je potrebno poduzeti da se poboljšaju uslovi u vezi sa osiguranjem garancija izvozno orijentisanim kompanijama i bh. kompanijama angažovanim za izvođenje radova u inostranstvu?

„Izvozno-kreditna agencija BiH, možda, bila adekvatna adresa za ovaj upit. Uslovi pod kojim komercijalne banke mogu pružati usluge ove vrste su regulisani i zakonom i podzakonskim aktima koje propisuju entitetske agencije za bankarstvo.”

Kako ocjenjujete instrumente finansiranja za privrednike u BiH i da li je moguće uvesti neke nove?

„Zakonima o bankama i zakonima o nebankarskim finansijskim institucijama, kao i onima koji se tiču tržišta novca i kapitala, jasno je propisano koji instrumenti se mogu koristiti za finansiranje privrednih aktivnosti. Svakako da je listu instrumenata moguće proširiti, ali i unutar postojećeg spektra ima još dosta prostora za iskoristiti.

Postoji ogroman potencijal za razvoj nebankarskih finansijskih proizvoda. Međutim, u zemlji gdje se procjena sive i neregistrovane ekonomije kreće između 10 i 30% BDP-a, uvođenje ovih proizvoda bi moglo predstavljati ozbiljnu prijetnju po finansijsku stabilnost, ukoliko nije praćeno adekvatnim izmjenama u regulatornom okviru i mehanizmima nadzora. Promoviranje online i mobilnih plaćanja bez uvezanosti sa fiskalnim vlastima bi moglo dio aktivnosti iz formalne premjestiti u neregistrovanu ekonomiju. Investiranje u startup kompanije zahtijeva pouzdan sistem registrovanja investicija i/ili poravnanja potraživanja, kao i detalje o kompaniji i vlasničkoj strukturi kako bi se spriječile prevare. Također, bez adekvatnog sistema kontrole bilo bi teško detektovati potencijalne slučajeve pranja novca.”

Kako ocjenjujete B+ kreditni rejting naše zemlje?

„Jedina promjena koja se desila u bližoj prošlosti, kada je riječ o kreditnom rejtingu BiH, je ta da je međunarodna agencija Standard and Poor's promijenila izgled kreditnog rejtinga sa stabilnog na pozitivni, dok je kreditni rejting ostao isti - B. Kreditni rejting koji je dodijelila agencija Moody's ostao je nepromijenjen - B3 sa stabilnim izgledima. BiH je trenutno unutar visoko špekulativne grupe zemalja, unutar neinvestabilnog nivoa B. Trenutni dugoročni kreditni rejting BiH mora biti povećan pet puta u slučaju Standard&Poor'sa i šest puta u slučaju Moody'sa kako bismo došli na tzv. investicijski nivo. Samim tim, broj preduslova je zaista značajan. Međutim, sigurno je da brža konvergencija ka EU znači i viši kreditni rejting. Prema tome, izvjesno je da provođenje reformi koje za cilj imaju ispunjavanje dva ključna ekonomska kriterija za članstvo u EU - funkcionalna tržišna ekonomija i sposobnost ekonomije da se nosi sa tržišnim konkurentskim pritiscima u EU - mora biti prioritet.”

Kako predviđate kretanje kamatnih stopa u EU i kako će se to odraziti na BiH?

„U toku 2018. i u prvoj polovini 2019. godine Evropska centralna banka (ECB) je nastavila sa vođenjem akomodativne monetarne politike i nije mijenjala svoje referentne kamatne stope. ECB je početkom 2019. najavio i nastavak programa otkupa obveznica te sredinom juna čak i mogućnost daljnjeg smanjenja referentnih stopa.

Niske kamatne stope u eurozoni u proteklom periodu su imale uticaj na smanjenje kako aktivnih tako i pasivnih kamatnih stopa u BiH. Ovaj trend nastavljen je i u prvoj polovini 2019. godine. Do kraja 2019. godine moguće je dodatno, blago smanjenje kamatnih stopa u BiH. U svakom slučaju, ne očekujemo rast kamatnih stopa uslijed akcija ECB-a, bar u kratkom roku.”

Da li je moguće smanjiti kamatne stope mikrokreditnih organizacija?

„S obzirom na mandat, CBBiH nema uticaj na kamatne stope niti komercijalnih banaka niti mikrokreditnih organizacija. Činjenica je da postoji veliki broj

mikrokreditnih organizacija, da su njihovi kreditni rizici veći i da tržište još uvijek toleriše kamatne stope po kojima posluju.”

Kakva je uloga Centralne banke Bosne i Hercegovine u evropskim integracijama?

„Od početka procesa pristupanja BiH Evropskoj uniji, CBBiH je aktivan učesnik u integracijskom procesu. U ovoj fazi evropskih integracija, Centralna banka BiH je zastupljena u koordinacionom sistemu BiH u nekoliko struktura, od čega izdvajamo Radne grupe za evropske integracije uspostavljene na osnovu Odluke Vijeća ministara o sistemu koordinacije EU, kao i učestvovanje u radu struktura nadležnih za provođenje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju s Evropskom unijom: Pododbora za ekonomska i finansijska pitanja i statistiku i Pododbora za unutrašnje tržište i konkurenciju. Posebno bih istakao da CBBiH predsjedava Radnom grupom za monetarnu i ekonomsku politiku.

U očekivanju kandidatskog statusa, nakon što je, uz veliki doprinos CBBiH, uspješno završena aktivnost izrade odgovora na Upitnik Evropske komisije, daljnji zadatak CBBiH u procesu pridruživanja je nastavak usklađivanja i konvergencije ka EU standardima u svim segmentima centralnog bankarstva. U skladu s funkcijama i nadležnostima Centralne banke, obaveza usklađivanja sa pravnom stečevinom EU se posebno odnosi na Poglavlje 17. („Ekonomska i monetarna unija“). U ovom dijelu, EU pravo sadrži, između ostalog, i posebna pravila kojima se zahtijeva nezavisnost centralnih banaka u državama članicama, zabranjuje direktno finansiranje javnog sektora od strane centralnih banaka i zabranjuje povlašten pristup javnog sektora finansijskim institucijama. Stoga, u cilju održavanja monetarne stabilnosti i povjerenja u valutu, uz jasan zakon i mandat CBBiH, nezavisnost je osnov, kao što navodi i EU pravo. Pored obaveze očuvanja integriteta aranžmana valutnog odbora kao sidra monetarne stabilnosti u BiH, što je i preporuka koju potvrđuju svi EU izvještaji, pred Centralnom bankom BiH je i zadatak kontinuiranog jačanja stručnih znanja, uključujući jačanje statističkih i analitičkih kapaciteta kao osnova za donošenje odluka u mandatu CBBiH i

podrška javnim politikama BiH te osiguranje institucionalnog, pravnog i administrativnog okvira koji može odgovoriti EU obavezama i standardima.

Kao jedan od koautora Programa ekonomskih reformi BiH, CBBiH učestvuje i u procesu konsultacija i dijaloga s Evropskom centralnom bankom i Evropskom komisijom u cilju boljeg usklađivanja ekonomske politike i mjera koje zemlja treba realizovati, uključujući i interakciju monetarne i fiskalne politike.

Obaveza prilagodbe i ispunjenja niza uzajamno povezanih pravnih i ekonomskih kriterija je veliki izazov s kojim se suočavaju sve centralne banke u procesu pridruživanja EU. U ovom procesu CBBiH ima veliku podršku Evropske centralne banke i čitavog Evropskog sistema centralnih banaka. Oni kroz tehničku saradnju i prenos stručnih znanja pomažu CBBiH u pripremama za pristup u Evropski sistem centralnih banaka, kada Bosna i Hercegovina uđe u Evropsku uniju. Pored projekata tehničke pomoći koji se finansiraju iz fondova Evropske unije i drugih međunarodnih fondova, implementacija evropskih standarda u poslovanju CBBiH se ostvaruje i vlastitim kapacitetima.”

Kako komentarišete priliv stranih investicija u BiH i šta je potrebno učiniti da one budu značajnije?

„Centralna banka Bosne i Hercegovine nedavno je izašla sa zvaničnim podacima za 2018. godinu prema kojima je priliv direktnih stranih investicija iznosio 783,4 miliona KM, odnosno 2,3% BDP-a. Ukoliko uporedimo podatke sa godinom ranije, primijetićemo da su otprilike na istom nivou. Postoji niz faktora koji utiču na stabilnost priliva stranih investicija, poput faza u globalnom investicijskom ciklusu, konkurentnosti domaćih sektora i poslovnog ambijenta u BiH. Sigurno je i da politička nestabilnost u određenoj mjeri može uticati na procjene prilikom donošenja odluke o investiranju u BiH. Zato je važno usmjeriti resurse u ekonomski razvoj zemlje, provedbu reformi, proces evropskih integracija i osigurati pozitivan rejting BiH. U kontekstu međunarodnog rejtinga zemlje, stabilnost valute, monetarne politike i finansijskog sistema predstavlja važan stub stabilnosti BiH i njihovo će očuvanje u budućnosti, a što je važno u kon-

tekstu privlačenja investicija, biti najvažniji zadatak Centralne banke Bosne i Hercegovine.”

Koliko ste zadovoljni funkcionisanjem CBBiH i koji su planovi u radu do kraja ove godine?

„U suštini, Centralna banka Bosne i Hercegovine ispunjava svoj osnovni zadatak, a to je očuvanje monetarne stabilnosti. Svi naši operativni planovi i zadaci se referiraju na Strateške ciljeve CBBiH, a to je očuvanje stabilnosti domaće valute, doprinos jačanju finansijskog sistema, stabilnost platnih sistema i njihovo kontinuirano unapređenje, kompilacija kvalitetne i pravovremene statistike u skladu sa standardima Evropske unije i ostalim međunarodnim standardima, aktivnosti Centralne banke na polju međunarodne saradnje i EU integracija, i to je ono na čemu konstantno radimo. Ono što smatram izuzetno važnim je da smo unaprijedili Centralni registar kredita i Jedinstveni registar računa poslovnih subjekata, razvili novu metodologiju i kreirali novi alat za testiranje na stres, uspješno proveli dva IPA projekta u vezi sa harmonizacijom statistike sa EU zahtjevima, jačali vizibilitet CBBiH kroz organizaciju međunarodnih istraživačkih konferencija i slično. Od važnijih aktivnosti koje planiramo realizovati do kraja ove godine spomenuo bih puštanje u produkcionu rad Jedinstvenog registra računskih fizičkih lica u Bosni i Hercegovini, izradu adekvatnih propisa koji se odnose na daljnje unapređenje poslovnih procesa unutar CBBiH. Zapravo, sve gore navedene aktivnosti su jedan kontinuiran proces i zahtijevaju stalno unapređenje i ozbiljan i posvećen pristup, koji se očekuje od institucije kakva je Centralna banka Bosne i Hercegovine.”

Razgovarala: Aida Kapičija ■

Izazov izvoza - Potreba formiranja jedinstvenog tržišta regiona

Šta još čekamo?

Nažalost, naši političari više gledaju na prošlost nego na to kako da poboljšaju budućnost. Međutim, poslovna zajednica je jača od političke, trgovina je kao voda i uvijek nađe svoj tok...

Kroz liberalizaciju slobodne trgovine Evropska unija je postala najveće jedinstveno tržište na svijetu. I dok EU aktivno saraduje u pregovorima o trgovinskim sporazumima i omogućava svojim preduzećima što bolju poziciju na tržištu i mogućnost da lako šire svoja poslovanja, kod nas u Bosni i Hercegovini, ali i zemljama regiona, priča o jedinstvenom tržištu i dalje predstavlja veliki izazov.

BiH i zemlje regiona ne mogu biti konkurentne na evropskoj i svjetskoj tržišnoj sceni bez jedinstvenog tržišta, a prevazilaženje izazova poput nesmetanog protoka ljudi, roba i usluga postaje ključni faktor u borbi za ekonomski oporavak regiona.

Razjedinjena tržišta, odlazak stručnih kadrova, usporena digitalizacija poslovanja samo su neki od faktora koji utječu na stagnaciju ekonomskog napretka zemalja regiona. Upravo ove teme bile su i glavni razlog dolaska u Sarajevo nekih od najvećih regionalnih stručnjaka koji su se okupili na konferenciji *Izazov izvoza - Potreba formiranja jedinstvenog tržišta regiona*, u organizaciji Poslovnih novina d. o. o. i Vanjskotrgovinske komore BiH, uz podršku analitičkog partnera LRC-a iz Sarajeva, Addiko Banke kao banke partnera i ekskluzivnog partnera Euroexpress brza pošta d. o. o. Banja Luka.

O tome koja je to istinska prepreka u kreiranju jedinstvenog tržišta regiona i da li je ona opravdana razgovarali su **Ahmet Egrlić**, potpredsjednik Vanjskotrgovinske komore BiH, **Marko Čadež**, predsjednik UO Komorskog investicionog foruma Zapadnog Balkana i predsjednik Privredne komore Srbije, **Safet Gerxhaliu**, generalni sekretar Komorskog investicionog foruma



Zapadnog Balkana, **Emir Đikić**, direktor CEFTA sekretarijata, i **Ermin Cero**, direktor strateškog razvoja kompanije LRC d. o. o.

„Svi pokazatelji nam govore da će region imati veliki problem ako se zapadnobalkanski prostor ne uredi tako da funkcioniše kao jedinstveno tržište i ako se ne otklone kočnice nesmetanog trgovini”, kazao je Cero, a s njegovom konstatacijom složili su se svi učesnici panela.

„Mi u privrednim komorama nismo donosioci odluka i samo možemo tražiti od svojih političkih lidera da se odgovornije ponašaju u vezi s tim. Naš strateški partner je EU i zbog toga je veoma važno da damo potporu jedinstvenom tržištu, ali nažalost nisam veliki optimista”, kazao je potpredsjednik Vanjskotrgovinske komore BiH Ahmet Egrlić.

Predsjednik Privredne komore Srbije Marko Čadež potvrdio je stavove kole-

ge Egrlića, napomenuvši da naš izvoz uglavnom generiraju strani investitori koji imaju firme u zemljama regije i koji su glavni generatori izvoza. I generalni sekretar Komorskog investicionog foruma Zapadnog Balkana Safet Gerxhaliu smatra da politička konotacija usporava tržište i da smo zato tu gdje jesmo. Ipak, direktor CEFTA sekretarijata Emir Đikić smatra da nije baš sve tako crno.

Sve veći odlazak mladih stručnih kadrova još jedan je od izazova s kojima se suočavaju zemlje regiona. Nemogućnost pronalaska adekvatnog zaposlenja, niske plaće, nepoštivanje radničkih prava, kao i politička nestabilnost sve više prisiljavaju mlade ljude da šansu za boljim životom pronađu u nekoj od razvijenih evropskih zemalja.

Odgovor na pitanje kako bez kvalitetnog radnog kadra održati kontinuirani rast pokušali su kroz panel-diskusiju dati potpredsjednik Privredne komore Federacije BiH **Mirsad**

Jašarspahić, predsjednica Uprave Addiko banke **Sanela Pašić**, generalni direktor Euroexpress brze pošte **Marinko Tomić**, te **Enrico Glenker** i **Ivan Sopta**, direktori firmi MIVIKO i I-FORM.

Mirsad Jašarspahić je izjavio da jačanje finalne proizvodnje u industriji omogućava veće prihode i bolje plaće kojim bi se mogli zadržati naši radnici u BiH. Podsjetio je da je Privredna komora Federacije BiH sa svojim članicama i resornim federalnim ministarstvom sačinila strategije razvoja industrijskih sektora koje sadrže niz posebnih operativnih planova i definiraju izazove, te je u svakoj od njih posebna tematika u vezi sa nedostatkom dovoljno educirane rade snage, uz istovremeni odlazak usavršenih radnika.

„To nas je opredijelilo da pri Privrednoj komori Federacije BiH napravimo jedan savjet industrijske proizvodnje, odnosno udruženja koja su u industrijskoj proizvodnji, jer smatramo da je to jedini način da se promoviraju one proizvodnje koje su na visokom stepenu finalizacije, što znači skuplji

proizvod, te bolje pozicioniranje na tržištu EU. Dalje to znači veće prihode i bolje plaće, koje će zadržati naše radnike”, istaknuo je Jašarspahić.

Marinko Tomić, generalni direktor Euroexpressa, je rekao da se njegova firma od osnivanja susreće sa raznim izazovima.

„Usprkos našim naporima da uspješno upravljamo kadrovima, jedan od najvećih problema sa kojim se susrećemo je odliv radno sposobne snage. Mišljenja sam da je ovom problemu potrebno pristupiti sistemski, jer je poslodavcima potrebna podrška kako bi se ove poteškoće prevazišle”, kazao je Tomić.

Bosna i Hercegovina u implementaciji projekata u vezi sa digitalizacijom ne kaska samo za svijetom nego i za regionom, a proces digitalizacije u našem društvu još je u povojima. Zbog toga je nužno da shvatimo važnost korištenja i ogromne potencijale razvitka BiH koji se otvaraju procesom digitalizacije društva. Digitalizacija je bila treća tema panela čiji je pokrovitelj bio Prointer ITSS d. o. o. iz Banja Luke.

O ovoj temi razgovarali su **Radovan Korićanac** iz Poreske uprave RS, **Vlatko Drmić** iz Ministarstva komunikacije i prometa BiH, **Denis Turkanović** iz Ministarstva za naučno tehnološki razvoj, visoko obrazovanje i informaciono društvo RS i **Haris Hadžialić**, direktor kompanije GlobalGPS BH.

Svi panelisti složni su u tome da je nužno da shvatimo važnost i korištenje ogromnih potencijala razvoja BiH koji se otvaraju procesom digitalizacije društva, s obzirom na to da digitalizacija znači veću transparentnost, a veća transparentnost u poslovanju, odnosno brzina razmjene informacija znači veću konkurentnost.

Alen ĆOROVIĆ ■

Poslovne / LRC{BIS BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM

www.pouzdanost.ba



POSLOVNA KONFERENCIJA I DODJELA PRIZANJA

POUZDANOST

BB MIP Business Club

SPECIJALNI PARTNER:





Saradnja Bosne i Hercegovine sa Češkom i Grčkom

Posjeta češke državne i privredne delegacije BiH

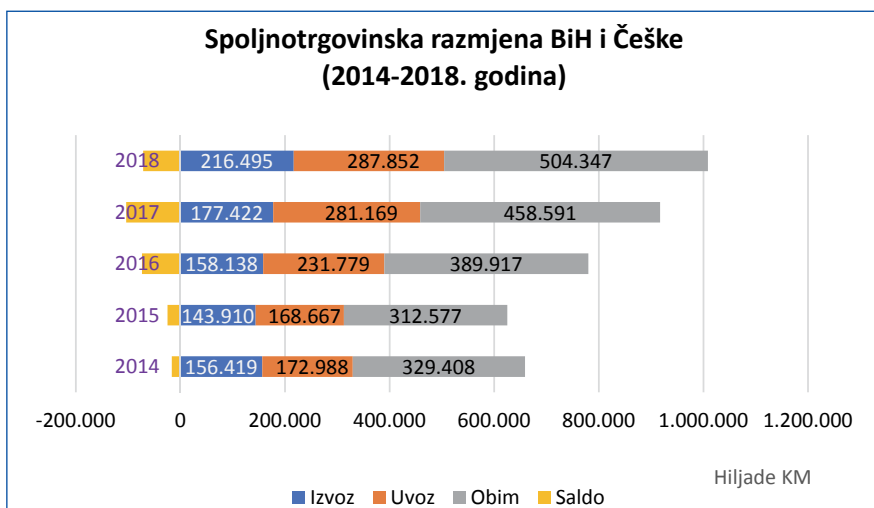
Tokom zvanične posjete ministra inostranih poslova Češke Republike Tomaša Petrička Bosni i Hercegovini, u saradnji sa Ambasadom Češke Republike u Sarajevu i Češkom privrednom komorom, Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine organizovala je Okrugli sto na temu „Unapređenje ekonomske saradnje Bosne i Hercegovine i Češke Republike“. Događaj je održan 11. juna 2019. godine u prostorijama Komore u Sarajevu.

Okrugli sto je bio usmjeren ka unapređenju privredne saradnje dviju zemalja u pogledu spoljnotrgovinske razmjene i zajedničkih ulaganja, putem direktnog povezivanja privrednika i promocije investicionih prilika.

Na plenarnom dijelu događaja prisutnima su se obratili predsjednik Spoljnotrgovinske komore BiH

U cilju podrške bh. kompanijama u proširenju njihovog poslovanja na inostranim tržištima, Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je u proteklom periodu organizovala prijem državne i privredne delegacije Češke Republike, kao i prijem privredne delegacije Grčke

Spoljnotrgovinska razmjena BiH i Češke (2014-2018. godina)



Nemanja Vasić, potpredsjednik Češke privredne komore Borivoj Minar te Izudin Gušmirović, predstavnik vladine trgovinske agencije Czech Trade. Pomoćnik direktora Agencije za unapređenje stranih investicija u BiH Slavica Korica održala je prezentaciju na temu investicionih prilika u BiH.

Ovom prilikom su održani i bilateralni sastanci čeških i bosanskohercegovačkih privrednika.

Spoljnotrgovinska razmjena BiH sa Češkom

Češka, 9. najveći izvoznik u Evropi, je značajan spoljnotrgovinski partner BiH.

Ukoliko pogledamo listu zemalja najznačajnijih partnera BiH po obimu

spoljnotrgovinske razmjene, možemo primijetiti da se Češka nalazi na 16. mjestu. Češka se nalazi na 12. mjestu na listi zemalja najznačajnijih izvoznih partnera BiH, dok se među zemljama najznačajnijim uvoznim partnerima BiH Češka nalazi na 15. mjestu.

Kao što se može primijetiti na Grafikonu 1, u spoljnotrgovinskoj razmjeni BiH sa Češkom postoji spoljnotrgovinski deficit, odnosno pokrivenost uvoza izvozom se kreće od 63% (2017. godine) do 90% (2014. godine). Takođe se primjećuje još jedna značajna činjenica, a to je da se vrijednosti izvoza BiH u Češku i uvoza BiH iz Češke u posljednje 4 godine konstantno povećavaju.

Češka je 17. zemlja na svijetu po proizvodnji automobila te je u skladu

sa tim i činjenica da BiH iz Češke najviše uvozi automobile. U najznačajnijim uvoznim proizvodima BiH iz Češke u 2018. godini, osim automobila, nalaze se i naftna ulja; bakrene ploče, limovi i trake; prehrambeni proizvodi, električni aparati za žičanu telefoniju i telegrafiju i dr.

Sa druge strane, od proizvoda koje je BiH izvezla u Češku u 2018. godini po vrijednosti se izdvajaju sjedala i njihovi dijelovi; namještaj i njegovi dijelovi; dijelovi i pribor motornih vozila; izolovana žica i ostali izolovani električni provodnici, kablovi od optičkih vlakana; katran itd.

Ivana Knežević ■

Posjeta grčke privredne delegacije BiH

Poslovna delegacija Grčke posjetila je Bosnu i Hercegovinu u julu te je tom prilikom Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, u saradnji sa Privrednom komorom Atine i Ambasdom Grčke u Bosni i Hercegovini, organizovala Poslovni forum: BiH – Grčka. Poslovni forum je održan 12. jula 2019. godine u prostorijama Komore u Sarajevu.

Prisutne bh. i grčke kompanije, na plenarnom dijelu događaja, pozdravili su potpredsjednik STKBiH dr sc. Vjekoslav Vuković i Stavros Georgakis, član Izvršnog odbora Privredne komore Atine. Na forumu su takođe govorili: Tanja Milašinović Martinović, ministar – savjetnik u Ministarstvu inostranih poslova BiH, i N.J.E. Georgios Iliopoulos, ambasador Grčke u BiH. Pomoćnik direktora Agencije za unapređenje stranih investicija u BiH Slavica Korica je prisutnima predstavila investicione prilike u BiH. O iskustvu grčkih investitora u BiH je govorio Vladan Nastić, direktor bh. kompanije Alpro a. d. Vlasenica, koja je članica Alumil grupacije.

Poslije plenarnog dijela foruma organizovani su B2B sastanci grčkih i bh. privrednika.

Spoljnotrgovinska razmjena BiH sa Grčkom

Na grafikonu su predstavljeni podaci o spoljnotrgovinskoj razmjeni BiH i Grčke na kome se može jasno vidjeti da BiH u trgovinskoj razmjeni sa Grčkom ostvaruje deficit, odnosno da se pokrivenost uvoza izvozom u zadnjih 5 godina kreće u rasponu od svega 15 do 27%.

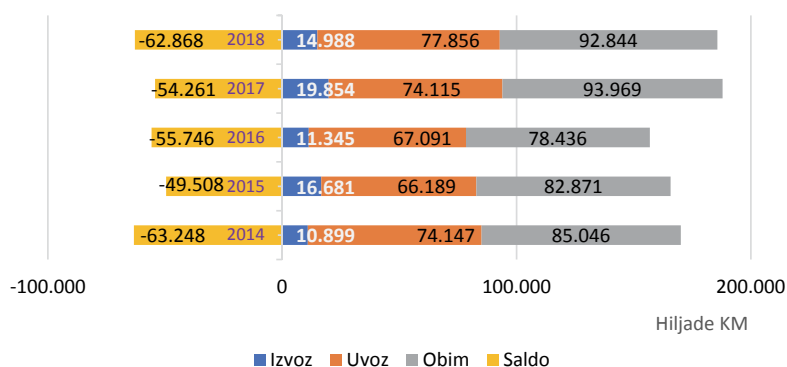
Takođe je uočljivo da se vrijednost uvoza BiH iz Grčke konstantno povećava, dok vrijednost izvoza BiH u Grčku iz godine u godinu varira.

BiH je u 2018. godini iz Grčke uvozila najviše polimere stirena; agrume; pamuk; prehrambene proizvode; organska površinska aktivna sredstva, površinske aktivne preparate, preparate za pranje, čišćenje i dr.

Među proizvodima koje je BiH izvezla u Grčku u 2018. godini po vrijednosti izvoza dominiraju kraft-papir i karton; proizvodi namjenske industrije; otpaci i ostaci od bakra; otpaci i lomljena od željeza ili čelika; otpadni ingoti od željeza ili čelika za pretaljanje i drugi proizvodi.

Na listi zemalja najznačajnijih spoljnotrgovinskih partnera BiH, rangiranih po obimu spoljnotrgovinske razmjene u 2018. godini, Grčka se nalazi na 29. mjestu.

Spoljnotrgovinska razmjena BiH i Grčke (2014-2018. godina)





Promocija bh. privrednika na tržištu Kine

Osam bosanskohercegovačkih kompanija je u organizaciji Vanjskotrgovinske komore BiH i ove godine nastupilo na zajedničkom bh. štandu na sajmu investicija i trgovine China-CEEC EXPO koji je u Ningbou održan od 8. do 12. juna 2019. godine

Kina je jedna od najvećih i najbrže rastućih svjetskih privreda, a Bosna i Hercegovina prema tom tržištu ostvaruje relativno nizak nivo robnog izvoza. Premda su brojni razlozi kojima se može opravdati takav nizak nivo izvoza, Kina se ni u kom slučaju ne smije zaobići kada je u pitanju potencijalno povećanje vrijednosti izvoza. Tu je činjenicu prihvatila većina članica Evropske unije pa je Kina drugi po veličini vanjskotrgovinski partner EU te drugo izvozno tržište EU, poslije SAD-a. Kudikamo najveću vrijednost izvoza prema Kini ostvaruje Njemačka. Stoga je cilj Vanjskotrgovinske komore

BiH približiti Kinu i kinesku privredu potencijalnim izvoznima i osigurati informacije bitne za poslovanje u toj zemlji.

Privreda NR Kine

Kina je druga po veličini svjetska privreda i znatno utječe na svjetska robna i ekonomska kretanja, a kao veliki uvoznik sirovina bitno utječe i na nivo globalnih cijena. S rastom BDP-a od 6,7% u 2016. godini, doprinos kineske privrede u ukupnom globalnom rastu iznosio je visokih 30%. Prema visini BDP-a mje-

renog paritetom kupovne snage, Kina je 2014. godine pretekla SAD pa se po tom kriteriju smatra najvećom ekonomijom u svijetu, s udjelom u svjetskom BDP-u od 16,8%. Međutim, kineski BDP po stanovniku relativno je nizak, po čemu je Kina pozicionirana ispod svjetskog prosjeka.

Od 2010. godine Kina je najveći svjetski izvoznik, a od 2013. godine ostvaruje i najveću vrijednost ukupne robne razmjene. Kina dugi niz godina bilježi vrlo visoke stope rasta. U razdoblju od 1980. do 2016. godine prosječna je stopa rasta iznosila 9,7%, pri čemu je u čak 15 godina ostvarena dvocifrena

NR Kina	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.
Izvoz	10.434.571	13.568.246	28.388.392	17.267.156	38.300.803	36.982.210
Uvoz	266.438.132	664.366.410	369.538.963	360.987.234	424.742.092	516.981.048
Obim	276.872.703	677.934.657	397.927.356	257.455.594	463.042.895	553.963.258
Saldo	-256.003.561	-650.798.164	-341.150.571	-222.921.282	-386.441.289	-479.998.839
Pokrivenost (I/U)	3,92%	2,04%	7,68%	7,19%	9,02%	7,15%

	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.
BDP, mlrd. USD	7.522,1	8.570,3	9.635,0	10.534,5	11.226,2	11.232,1
BDP po stanovniku, USD	5 582,9	6.329,5	7.080,8	7.701,7	8.166,8	8.113,3
Realni rast BDP-a, %	9,5	7,9	7,8	7,3	6,9	6,7
Stopa nezaposlenosti, %	4,1	4,1	4,1	4,1	4,1	4,0
Potrošačke cijene (CPI) – Inflacija, %	5,4	2,6	2,6	2,0	1,4	2,0
Prosječni srednji tečaj CNY/EUR	8,996	8,105	8,165	8,186	6,973	7,352
Robni izvoz, mlrd. USD	1.807,8	1.973,5	2.148,6	2.243,8	2,142,8	1.989,5
Robni uvoz, mlrd. USD	1.579,1	1.661,9	1.789,6	1.808,7	1.566,6	1.495,4
Dug opće države, % BDP-a	33,6	34,3	37,0	39,9	42,6	46,2
Bruto inozemni dug, % BDP-a	14,1	13,5	15,6	17,2	13,1	13,0

Izvor: MMF, Svjetska banka, ECB

stopa rasta. Nakon 2010. godine bilježi se usporavanje rasta s namjerom da se stabilizira na nivou od oko 6,5%.

Kina je centralno-planska ekonomija koja postupno uvodi tržišna načela. Strateška orijentacija na razvoj prerađivačke industrije i forsiranje izvoza rezultirala je snažnim ekonomskim rastom i suficitom tekućeg računa platnog bilansa, ali po cijenu visokih unutrašnjih migracija stanovništva prema gradovima, prekapacitiranosti određenih proizvodnji, regionalne nejednakosti te zagađenja okoliša. Stoga je petogodišnjim planom objavljenim u 2016. godini naglasak stavljen na uvođenje novih tehnologija, posebno ekološki prihvatljivih, povećanje inovativnosti te preorijentaciju na domaću potrošnju kako bi se smanjila ovisnost o državnim investicijama, izvozu i teškoj industriji.

Stabiliziranje privrednog rasta na nivou od oko 6,5% te zadržavanje tržišne pozicije nastoji se ostvariti unapređenjem sigurnosti nabavke sirovina (a time i stabiliziranja njihovih cijena), povećanjem ulaganja u visoke tehnologije te inicijativom *Put svile (Belt & Road)* kojom se planira stvoriti novi ekonomski koridor između Azije, Evrope i Afrike. Kina paralelno provodi reforme u finansijskom sektoru, fiskalnom i poreznom sistemu te sistemu državnog vlasništva u kompanijama.

Istovremeno se ulažu naponi za poboljšanje poslovnog okružja i olakšanje pristupa tržištu privatnim kompanijama. Početni rezultati vidljivi su ne samo u stabiliziranju stope ekonomskog rasta nego i u rješavanju prekapacitiranosti pa su tako u 2016. godini premašeni planirani ciljevi u smanjivanju kapaciteta za proizvodnju čelika i uglja.

Četvrti zajednički nastup bh. kompanija na sajmu China-CEEC EXPO

Osam bosanskohercegovačkih kompanija je u organizaciji Vanjskotrgovinske komore BiH i ove godine nastupilo na zajedničkom bh. štandu na sajmu investicija i trgovine *China-CEEC EXPO* koji je u Ningbou održan od 8. do 12. juna 2019. godine. Ovo je peti po redu sajam koji okuplja izlagače iz NR Kine i 16 zemalja centralne i istočne Evrope, ali je prvi put sajam podignut na državni nivo odlukom Centralnog komiteta i jedini je sajam takve vrste i tog nivoa koji je u potpunosti fokusiran na spomenute zemlje.

Ova izložbena manifestacija se organizira u okviru spomenute inicijative *Put svile* koja ima za cilj jačanje saradnje sa zemljama centralne i istočne Evrope (tzv. CEE region). Među brojnim manifestacijama su i trgovinski sajam koji je fokusiran na poljoprivredno-prehrambene proizvode, zatim investicijski i poslovni forumi te poslovni susreti kompanija iz Kine i zemalja CEE regiona. Kao i prethodnih godina, i ovaj put su glavni sponzori manifestacije Ministarstvo trgovine NR Kine i Narodna vlada Provincije Zhejiang.

Iz Bosne i Hercegovine se na ovom sajmu ove godine predstavilo 8 kompanija, među kojima je najveći broj vinarija (6 vinarija), i to: Podrumi Andrija iz Čitluka, Vinogradi Nuić d. o. o. iz Ljubuškog, Hepok d. o. o. iz Mostara, Podrum Anđelić iz Trebinja, Vina Zadro iz Čapljinje te Vina Brkić iz Čitluka. Pored vina, na bh. izlagačkom prostoru bile su zastupljene i kompanije Bosnaplod d. o. o. iz Brčkog (džemovi i sokovi) te Sarajevska pivara d. d. (pivo i voda).

Na izlagačkom prostoru Bosne i Hercegovine ukupne površine oko 160 m² svaka od navedenih kompanija je imala dio vlastitog izlagačkog prostora opremljenog osnovnom opremom. Svi izlagači bili su predstavljeni i u štampanoj formi sajamskog kataloga, kao i u elektronskom katalogu izlagača koji se tokom cijele godine može naći na službenoj internetskoj stranici sajma (www.cceecexpo.org).

Kao i ranijih godina, izlagači iz Bosne i Hercegovine privukli su pažnju i veliki interes posjetilaca sajma, a dodatnu priliku da svoje proizvode predstavljaju široj javnosti u NR Kini imale su Sarajevska pivara i grupacija Zeraa Agriculture Investment u dijaloškoj TV emisiji koja je uoči početka sajma emitirana uživo.

Drugi dan sajma sve nacionalne paviljone posjetila je najviša delegacija Kine na čelu sa dopremijerom, a paviljon Bosne i Hercegovine je obišao i sa izlagačima razgovarao i ambasador naše zemlje u NR Kini Anton Rill.

Jedan od neposrednih uspjeha i rezultata ovog zajedničkog nastupa je početak izvoza piva Sarajevsko, najpoznatijeg brenda Sarajevske pivare, u Kinu, čime je postignut vrlo značajan korak za daljnji plasman ovog bh. proizvoda na kinesko tržište. Naime, Sarajevska pivara je samo mjesec dana poslije izlaganja na sajmu poslala prvi kontingent robe i za očekivati je da se saradnja nastavi.

Sajam je održan u prostorijama Međunarodnog konferencijskog i sajamskog centra Ningbo na površini od 5.000 m², a predstavljeni su izlagači/kompanije iz svih zemalja CEE regiona.

Tarik Kovač ■

Pristup novim tržištima i certifikacija za kompanije iz BiH

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, u saradnji sa USAID-om a u okviru WHAM projekta (Projekat razvoja radne snage i većeg pristupa tržištima), organizirala je predstavljanje javnosti rezultata projekta „Pristup novim tržištima i certifikacija kompanija iz metalnog i drvnog sektora BiH“. Događaj i predstavljanje rezultata je upriličeno povodom završetka projekta

U okviru projekta sufinansirani su odlazak bh. kompanija iz metalnog sektora na sajam Hannover Messe 2018, kao i bh. kompanija iz drvnog sektora na sajam IMM 2019. Na štandu Bosne i Hercegovine na sajmu u Hanoveru izlagale su kompanije: TTO (Sarajevo), Zinkteknik (Mostar), SIK (Mostar), TIKT Manufaktura (Gradiška), TEM Mandeks (Široki Brijeg), Medena Commerce (Tešanj) i Novi Jelšingrad (Banja Luka). Firme koje su nastupile na bh. štandu u Kelnu su: BOKSIT (Milići), BOSNIAN BEECH BOARD (Visoko), DOMUS ARREDI (Zenica), FEF Export Import (Sarajevo), FORMINO (Teslić), H.M.M. (Gradačac), MALAK JANJ (Donji Vakuf) i SENEX (Čelić).

„Tokom sajma IMM 2019 u Kelnu, gdje smo izlagali naše proizvode, uz svesrdnu pomoć Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine i USAID WHAM projekta, ostvarili smo odlične rezultate. Također, ostvarili smo i veliki broj značajnih kontakata. Neki su već u procesu realizacije, a za neke smo u toku pregovora. Željeli bismo izdvojiti ostvareni kontakt sa firmom XXXLutz, koja je drugi po redu distributer namještaja u svijetu, odmah poslije švedske IKEA-a. Kao rezultat ovog kontakta i nakon niza posjeta ove austrijske firme, potpisan je ugovor o saradnji, a ovih dana naši prvi uzorci su na putu za Austriju gdje se vrši konačna selekcija za njihove prodavnice u Austriji, Njemačkoj, Češkoj, Slovačkoj i Mađarskoj. Osim navedenog, do sada



je realizirana narudžba za kupca u Njemačkoj, a u pripremi je i narudžba za kupca u Amsterdamu (Holandija). Svakako se ovim putem želimo iskreno zahvaliti Vanjskotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine koja nas sve vrijeme podržava i koja nam je omogućila uspješnu prezentaciju“, kazali su iz kompanije SENEX d. o. o. Čelić, domaće kompanije koja se već godinama uspješno bavi proizvodnjom modernog kupatilskog namještaja.

Bosanskohercegovačke kompanije učesnice projekta napravile su zapažene rezultate kroz rast izvoza i nova zapošljavanja. Rezultat nastupa sedam bh. kompanija iz metalnog sektora na sajmu u Hanoveru je izvoz u vrijednosti dva miliona eura i zapošljavanje

dodatnih 67 radnika, a u prvih šest mjeseci od nastupa osam bh. proizvođača namještaja na sajmu IMM 2019 u Kelnu ostvaren je izvoz od 2,5 miliona eura, uz zapošljavanje dodatnih 19 radnika.

„To je bio drugi put da smo izlagali na sajmu u Hanoveru. Smatramo da je takav jedan nastup veoma važan, prije svega za izgradnju imidža naše kompanije ali i cijele države, s obzirom na to da izlazimo na kolektivnom štandu. Sajam je mjesto gdje se stvaraju kontakti te je nakon toga potrebno mnogo rada da bi se ti kontakti razvili u poslovnu saradnju. Iz 2018. godine mi uspješno razvijamo saradnju sa dva naša kupca. Želim napomenuti da je sajam za nas vrlo važan jer smo u mogućnosti organizirati sastanke sa postojećim kupcima koji

posjećuju Hannover Messe, što smanjuje potrebu sa čestim putovanjima mimo sajma. Ovaj sajam je, osim izlaganja, za nas interesantan i sa aspekta posjete, naročito naših mladih inženjera. Naša tri inženjera koja rade na rukovodećim pozicijama su 2018. godine imali priliku obići sajam i upoznati se sa savremenim dostignućima u oblasti tehnologije i proizvodnje“, kazala je Selma Bradarić iz kompanije Medena d. o. o.

Osim nastupa na sajmovima, uz finansijsku podršku USAID WHAM projekta, proveden je projekat pod nazivom „Uvođenje BAS EN ISO 3834 i BAS EN 1090 standarda u bosanskohercegovačke kompanije“, kao treći dio WHAM EXCERT grant aktivnosti. Navedeni dio projekta je namijenjen kompanijama metalske i elektroindustrije BiH koje obavljaju tehnološki proces zavarivanja te imaju veliku motivaciju i kapacitete za otpočinjanje ili širenje svog izvoza na

postojećim ili ulaskom na nova tržišta.

Prema standardima za zavarivanje BAS EN 3834 i BAS EN 1090 sufinansirani su certifikati za 12 bh. kompanija, što im garantira da su njihovi proizvodi kvalitetniji i sigurniji. Važno je napomenuti da se primjenom navedenih standarda ne doprinosi samo standardizaciji proizvodnje neke kompanije nego se time podiže sveukupna konkurentnost cijelog sektora. Naime, krajnji korisnici će biti: cijeli sektor metalne industrije BiH zbog povećanog izvoza, jači lanac vrijednosti u slučaju indirektno prodaje i bolji imidž cijelog sektora, kupci certificiranih kompanija koji će imati siguran i kvalitetan proizvod koji zadovoljava standarde i konzistentne procjene te lokalna zajednica okružena zavarenim konstrukcijama koja će imati sigurno i zdravo okruženje.

Sama priprema kompanija za certifikaciju i certifikacija BAS EN ISO

3834 iziskuje mnogo novca i dugo traje. Ponosni smo što smo zajedničkim snagama uspjeli certificirati i podići kvalitet za 12 kompanija koje sveukupno zapošljavaju 969 zaposlenika. To su kompanije SIK (Mostar), Alfa Nur (Tuzla), Monting montaža (Bijeljina), RMLH (Zenica), Mont montaža (Banja Luka), Ćosić Promex (Usora), Urbangrad (Gradačac), Meta Comm (Jajce), Provis (Visoko), International (Ljubuški), Cromex (Prijedor) i BME (Tešanj).

O značaju projekta i ostvarenim izvoznim rezultatima ali i razvojnim planovima i aktuelnoj problematici na događaju su govorili predstavnici kompanija Bosnian Beech Board (Visoko), Provis (Visoko) i Cromex (Prijedor).

Projektni tim Komore

Regionalna Cyber Security konferencija

CYBERKON

14. i 15. 11. 2019. godine
Hotel „HILLS“ Ilidža/Sarajevo

Vanjskotrgovinska komora BiH u saradnji sa Ministarstvom sigurnosti BiH i Ministarstvom komunikacija i transporta BiH, organizira Regionalnu Cyber Security konferenciju, čiji je cilj da potakne razvoj IT sektora i, posebno, informacione sigurnosti u Bosni i Hercegovini.

Aktivnosti, rezultati i uspješne priče

Konzorcija Evropske preduzetničke mreže u FBiH u prethodne dvije godine

Evropska preduzetnička mreža (Enterprise Europe Network - EEN <https://een.ec.europa.eu/>) je projekat Evropske unije koji je namijenjen malim i srednjim preduzećima (MSP) kao podrška i servis u internacionalizaciji njihovog poslovanja. Evropsku preduzetničku mrežu čini preko 600 partnerskih organizacija i institucija, uključujući komore, agencije za razvoj MSP-a, institute, tehnološke centre, istraživačke centre, univerzitete i sl.

Mreža je aktivna u preko 60 zemalja svijeta, uključujući svih 28 zemalja EU, i to putem više od stotinu konzorcija, te povezuje preko 4.000 eksperata iz oblasti preduzetništva i transfera tehnologije s ciljem promocije konkurentnosti i inovacija na lokalnoj i evropskoj razini.

Evropska preduzetnička mreža se finansira iz programa COSME (Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs). COSME je program Evropske unije za podsticanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća i uopšte za razvoj preduzetništva.

Od 2015. godine u Bosni i Hercegovini egzistiraju dva EEN konzorcija: EEN konzorcij iz Federacije Bosne i Hercegovine i EEN konzorcij iz Republike Srpske.

Održano 1656 sastanaka na B2B u organizaciji EEN FBiH

Konzorcij EEN u Federaciji Bosne i Hercegovine (www.een.ba) sačinjavaju sljedeće organizacije: Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, kao koordinator Konzorcija EEN mreže u Federaciji Bosne i Hercegovine, i sljedeći partneri: Sarajevska regionalna razvojna agencija SERDA, Univerzitet u Sarajevu, INTERA Tehnološki park Mostar, BIT centar Tuzla, Zenička razvojna agencija ZEDA i Razvojna agen-

cija Unsko-sanskog kantona RAUSK.

U periodu od 2017. do 2018. godine Konzorcij je organizovao preko 50 B2B događaja u okviru međunarodnih sajmova i drugih poslovnih događaja u saradnji sa drugim EEN partnerima u regionu, kao i Turskom, Austrijom, Njemačkom, Francuskom i SAD-om, i time nadmašio planirani broj za 232%.

U okviru ovih događaja održano je 1656 sastanaka i ostvarena je saradnja između inostranih i bosanskohercegovačkih kompanija, što je jedan od ključnih ciljeva održavanja ovakve vrste sastanaka. Događaji su poslužili i tome da članice Konzorcija omoguće individualnu pomoć za 388 klijenata. Registrovane su 44 savjetodavne usluge koje je bh. firmama pružio Konzorcij, uz pomoć kojih su navedene firme ojačale svoje poslovne kapacitete.

Konzorcij je također organizovao 32 lokalna događaja koja su pokrila cjelokupnu teritoriju Federacije Bosne i Hercegovine. Događaji su se odnosili na aktuelne teme kao što je pristup finansijama, finansijska i pravna pitanja, marketinšku i prodajnu strategiju, a organizovani su i EEN info dani i semina-

Usluge EEN mreže

- internacionalizacija poslovanja
- poslovno savjetovanje i podrška
- podrška inovacijama i transfer tehnologije
- istraživanje i razvoj

ri o EU instrumentima pomoći.

Kada je u pitanju Baza podataka poslovne i tehnološke saradnje i razvoja/ istraživanja, pokazan je veliki interes za ponude bosanskohercegovačkih firmi. Konzorcij je u navedenoj Bazi objavio 147 ponuda/zahtjeva bh. firmi na osnovu interesa i obrazaca poslovne saradnje koje su bh. firme dostavile. Na molbu partnera EEN kolega iz drugih država, Konzorcij FBiH je prosljedio 218 podataka bh. firmi vezano za usluge poslovne saradnje.

Potpisano je 25 ugovora o partnerskoj saradnji između inostranih i bo-



B2B susreti bh. firmi i firmi iz zemalja regiona u okviru Samita ženskog leaderskog preduzetništva za jugoistočnu Evropu 2019.

sanskohercegovačkih firmi.

Za više informacija o ovoj usluzi, možete posjetiti sljedeću internetsku stranicu: <https://een.ba/bs/usluge/poslovno-povezivanje-sa-ino-partnerima/8>.

Konzorcij svoje klijente redovno informiše o aktivnostima, planiranim događajima i ostalim aktuelnostima putem elektronskog biltena, internetske stranice, komorskog glasnika Infokom te putem ostalih društvenih medija.

Aktivnosti iz oblasti programa COSME koje je implementirao EEN Konzorcij iz Federacije Bosne i Hercegovine je Izvršna agencija za mala i srednja preduzeća (EASME), koju je osnovala Evropska komisija, u svom izvještajnom periodu 2017/2018. ocijenila najvišom ocjenom.

Pored gore navedenih aktivnosti, Evropska preduzetnička mreže Federacije Bosne i Hercegovine implementira i aktivnosti iz oblasti programa Horizon 2020 u koji su uključene tri partnerske organizacije: Univerzitet u Sarajevu, kao koordinator projekta za Federaciju Bosne i Hercegovine, i još dvije partnerske organizacije - INTERA Tehnološki park Mostar i BIT Centar Tuzla.

Strateški cilj aktivnosti programa Horizon 2020 se odnosi na jačanje naučnih, istraživačkih i inovativnih kapaciteta kompanija i istraživačkih institucija.

U okviru ovog programa Konzorcij je pružao dvije vrste usluga: EICM usluge (Enhancing Innovation Management Capacity for innovating SMEs) i KAM usluge (Key Account Management services), u okviru kojih se vršila procjena i pružala pomoć malim i srednjim preduzećima u smislu povećanja njihovog kapaciteta za upravljanje inovacijama.

Svaka od partnerskih organizacija je ispunila zadatak, što je rezultiralo procjenom inovativnog kapaciteta 19 firmi, kao i pomoći koja im je pružena u tom smislu.

Od sljedećeg broja Infokoma planiramo da počnemo sa objavljivanjem i uspješnih priča iz oba programa koje su implementirali članovi Konzorcija EEN mreže u Federaciji BiH.

Jadranka Stany ■

enterprise
europe
network

Podrška u internacionalizaciji malih i srednjih preduzeća



Savjetovanje

O mogućnostima poslovanja na međunarodnom tržištu



Pronađite poslovnog partnera

Koristite usluge mreže da pronađete poslovnog partnera



Podrška inovacijama

Kako inovativnu ideju pretvoriti u poslovni uspjeh

een.ec.europa.eu



VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE
СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ
FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNIA AND HERZEGOVINA



Poslovna podrška pred vašim vratima



Vanjskotrgovinska razmjena BiH sa svijetom u razdoblju I-VI mjesec 2019. godine

Usprkos brojnim izazovima, bh. ekonomija je u prošloj godini zadržala dinamiku realnog ekonomskog rasta jednaku prosjeku prethodne tri godine od tri posto. U tekućoj godini smanjenje izvoza uzrokovano je usporavanjem ekonomija u EU, smanjenjem izvoza u Tursku, problemima izazvanim taksama Kosova itd.

Bosna i Hercegovina je za šest mjeseci 2019. godine ostvarila izvoz u vrijednosti od 6.009.922.000 KM te je ostvareno smanjenje izvoza od 0,05% u odnosu na isti period prethodne godine.

Uvoz u Bosnu i Hercegovinu za šest mjeseci 2019. godine iznosi 9.959.441.000 KM, što je više za 4,43% u odnosu na isti period prethodne godine.

Ovakve promjene rezultirale su pokrivenošću uvoza izvozom od 60,4%, što je manje za 4,29% u odnosu na šest mjeseci 2018. godine. Ukupan obim vanjskotrgovinske razmjene je povećan za 2,70% i njegova vrijednost iznosi 15.952.363.000 KM.

Vanjskotrgovinski deficit je povećan za 12,11% i iznosi 3.932.519.000KM.

Blagi rast izvoza iz BiH u odnosu na isti period prethodne godine ostvaren je u zemljama najznačajnijim partnerima u izvozu jednocifrenim stopama ra-

sta, osim u Njemačku i Sloveniju.

Usljed usporavanja njemačke ekonomije, i u narednom periodu se može očekivati blago smanjenje vrijednosti izvoza. Za šest mjeseci tekuće godine smanjen je izvoz u Njemačku za oko 1%, a uvoz iz Njemačke za oko 2% u odnosu na prošlu godinu. Pokrivenost uvoza izvozom iznosi 97,5%.

Nastavljamo najviše uvoziti iz Hrvatske, zatim Srbije, Slovenije, Njemačke itd. Uvoz je povećan iz svih najznačajnijih partnera osim iz Njemačke.

Najznačajniji partner u vanjskotrgovinskoj razmjeni BiH je EU sa kojom učestvujemo 73,7% izvoza i 68,2% uvoza.

Na tržište EU izvezeno je robe u vrijednosti od 4,42 milijarde KM a uvezeno robe u vrijednosti od 6,78 milijardi KM. Izvoz je povećan za 1,6%, a uvoz za oko 8%.

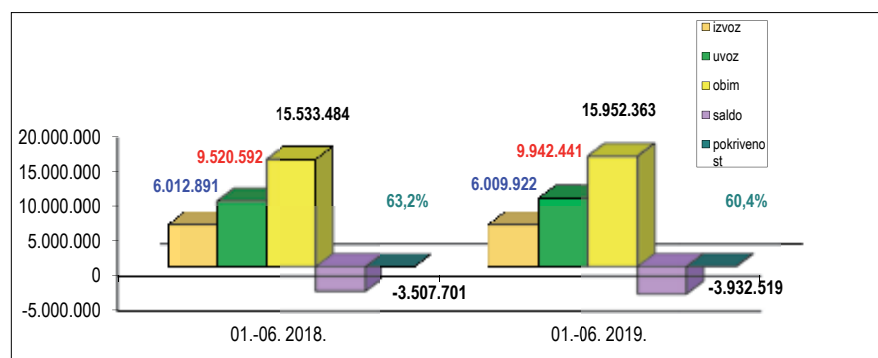
Učešće najznačajnijih vanjskotrgovinskih partnera u izvozu BiH

DRŽAVA	Učešće
Njemačka	14,43%
Hrvatska	12,59%
Italija	11,82%
Srbija	11,09%
Slovenija	8,61%
Crna Gora	3,64%
Mađarska	2,44%
Turska	2,38%
Holandija	2,26%
Francuska	2,14%
Švicarska	2,11%
Ostale zemlje	10,74%

Pregled najznačajnijih vanjskotrgovinskih partnera BiH u uvozu

DRŽAVA	Učešće
Hrvatska	17,14%
Srbija	13,26%
Slovenija	9,03%
Njemačka	8,95%
Italija	8,68%
Austrija	5,38%
Turska	4,12%
Mađarska	3,95%
Švicarska	3,11%
SAD	2,93%
Kina	2,86%
Holandija	2,71%
Ostale zemlje	13,80%

Vanjskotrgovinska razmjena BiH 1-6. 2019/1-6. 2018.



Vrijednost izvoza i uvoza za šest mjeseci 2019. godine (u 000 KM)

DRŽAVA	Bosna i Hercegovina		
	IZVOZ	UVOZ	OBIM
Hrvatska	756.649	1.704.226	2.460.875
Srbija	666.635	1.318.144	1.984.779
Njemačka	867.294	889.506	1.756.800
Italija	710.297	862.915	1.573.212
Slovenija	517.587	897.792	1.415.379
Austrija	552.758	534.909	1.087.667
Turska	143.166	409.226	552.392
Mađarska	146.911	393.053	539.964
Švicarska	126.828	309.650	436.478
Holandija	135.982	269.078	405.060
Poljska	88.362	263.977	352.339
SAD	25.880	291.238	317.118
ostale zemlje	1.271.572	1.798.728	3.070.300
UKUPNO	6.009.922	9.942.441	15.952.363

Najznačajniji partner po obimu razmjene iz Evropske unije je Hrvatska. Za šest mjeseci 2019. godine, u poređenju sa istim periodom prethodne godine, došlo je do povećanja ukupnog izvoza proizvoda u Hrvatsku za 4,5%, dok je uvoz povećan za skoro 16%.

Za šest mjeseci tekuće godine ukupan izvoz iz BiH prema Hrvatskoj iznosio je blizu 757 miliona KM, od čega je najviše izvezeno:

- Električna energija - 134,64 miliona KM
- Aluminij sirovi - 63,41 miliona KM
- Tkanine 31,55 - miliona KM
- Sjedala 27,20 - miliona KM
- Dijelovi obuće - 25,19 miliona KM

Za šest mjeseci 2019. godine iz Hrvatske je na tržište BiH uvezena roba u vrijednosti od blizu 1,70 milijardi KM. Najviše se uvezlo:

- Naftna ulja i ulja bit. min - 521,76 miliona KM
- Električna energija - 122,01 miliona KM
- Čokolada i ostali prehrambeni proizvodi koji sadrže čokoladu - 40,85 miliona KM
- Električni aparati za žičnu telefoniju - 24,50 miliona KM
- Portland cement, aluminatni cement - 24,17 miliona KM

CEFTA

Nakon EU, CEFTA 2006 u razmjeni sa BiH učestvuje sa 16,5% izvoza i 14,5% uvoza. Na tržište CEFTA-e za tri mjeseca 2019. godine je iz BiH izvezena roba

u vrijednosti od 990 miliona KM i izvoz je, u odnosu na isti period prethodne godine, povećan za 1,06%. Sa područja CEFTA-e uvezli smo robe u vrijednosti od 1,44 milijardi KM, što je za 1,97% više u odnosu na isti period prethodne godine.

Najznačajniji vanjskotrgovinski partner iz CEFTA regiona po obimu razmjene je Srbija, sa kojom smo dosegli pokrivenost uvoza izvozom od preko 50%.

Na tržište Srbije za šest mjeseci izvezli smo robe u vrijednosti od oko 667 miliona KM, što je za 10% više u odnosu na prošlu godinu. Sa područja Srbije uvezli smo robe u vrijednosti oko 1,31 milijardi KM i time povećali uvoz za 3% u odnosu na isti period prethodne godine.

Vanjskotrgovinski deficit sa Srbijom iznosi preko 650 miliona KM.

Sektorska struktura izvoza pokazuje povećanje izvoza i smanjenje uvoza agroindustrijskih proizvoda u razmjeni sa Srbijom, dok se razmjena u ostalim sektorima kretala uglavnom istovremeno sa povećanjem i izvoza i uvoza.

Za šest mjeseci 2019. godine na tržište Srbije najviše se izvezlo:

- Koks i polukoks od kamenog ugljena - 134,85 miliona KM
- Električna energija - 79,47 miliona KM
- Toplo valjana žica od željeza - 52,38 miliona KM
- Drvo (obrađeno po dužini) - 27,63 miliona KM
- Šipke od željeza ili nelegiranog čelika - 18,38 miliona KM

Iz Srbije za šest mjeseci 2019. godine smo najviše uvezli:

- Naftna ulja i ulja od bitumenskih minerala - 89,38 miliona KM
- Ulje sjemena suncokreta - 42,37 miliona KM
- Električna energija - 40,87 miliona KM
- Preparati za prehranu životinja - 31,34 miliona KM
- Kruh, peciva, kolači... - 30,10 miliona KM

U prvih šest mjeseci BiH je izvezla robe na Kosovo u vrijednosti od 6,84 miliona KM i izvoz je smanjen u odnosu na isti period prethodne godine za cca 65 miliona KM ili 90%. U istom periodu, uvoz sa Kosova iznosio je 5,52 miliona KM i smanjen je za 3,1 miliona KM ili 35,77% u odnosu na isti period prethodne godine. Pokrivenost uvoza izvozom je 124%, a u prošloj godini je iznosila 836%.

EFTA

Na učešće EFTA-e i ostalih zemalja otpada 9,8% izvoza i 17,3% uvoza. Najznačajniji partner EFTA-e je Švicarska, sa kojom se gotovo i obavlja sva vanjskotrgovinska razmjena sa BiH.

Za šest mjeseci 2019. godine uvoz iz Švicarske je povećan za 11,20%, dok je izvoz povećan za 28,24%.

Iz BiH na tržište Švicarske izvezeno je oko 127 miliona KM, od čega najviše:

- Mineralna goriva - 53,46 miliona KM
 - Namještaj, posteljina, madraci... - 15,32 miliona KM
 - Proizvodi od gvožđa i čelika - 11,59 miliona KM
 - Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine itd. - 6,20 miliona KM
 - Plastične mase i proizvodi - 5,66 miliona KM
- Sa švicarskog tržišta uvezeno je oko 310 miliona KM, od čega najviše:
- Aluminij i proizvodi - 79,93 miliona KM
 - Farmaceutski proizvodi - 60,70 miliona KM
 - Neorganski hemijski spojevi - 56,94 miliona KM
 - Vozila - 32,13 miliona KM
 - Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine - 17,14 miliona KM

Vanjskotrgovinska razmjena sa „ostalim tržištima“ (u 000 KM)

ZEMLJA	1-6. 2019.					porast %	
	Uvoz	Izvoz	Obim	Saldo	Pokrivenost	uvoz	izvoz
Turska	409.226	143.166	552.392	-266.060	35,0%	12,83	-25,19
SAD	291.238	25.880	317.118	-265.358	8,9%	37,87	-28,76
Kina	284.582	14.710	299.292	-269.872	5,2%	16,59	-20,10
Ruska Federacija	116.198	42.225	158.423	-73.972	36,3%	-70,96	-12,75

Ukupna vanjskotrgovinska razmjena BiH po sektorima (u KM)

	1-6. 2018.		1-6. 2019.		porast u %	
	uvoz	izvoz	uvoz	izvoz	uvoz	izvoz
Agroindustrijski sektor	1.505.902.172	414.749.188	1.533.820.761	384.877.594	1,85	-7,20
Mineralna goriva (ugalj, koks, plin, nafta) i el. energija	1.307.424.993	583.597.504	1.404.440.410	500.231.344	7,42	-14,28
Hem. farm. proizvodi, đubriva, plastika, kaučuk, guma...	1.525.150.202	702.535.907	1.561.004.065	712.061.722	2,35	1,36
Kamen, kreč, cement, beton, keramika i proizvodi	232.104.021	74.599.577	251.526.277	109.971.976	8,37	47,42
Koža, krzno, tekstil i proizvodi	1.061.598.020	820.552.331	1.009.365.949	793.921.331	-4,92	-3,25
Drvo, papir i namještaj	498.573.987	1.138.483.716	549.819.203	1.040.611.396	10,28	-8,60
Rude, metali i proizvodi	1.121.607.321	1.141.359.747	1.177.919.012	1.202.194.604	5,02	5,33
Mašine, aparati, mehanički uređaji, kotlovi, vozila, oružje	2.156.407.860	1.071.766.762	2.342.911.078	1.193.573.464	8,65	11,37
Ostali razni proizvodi	111.823.826	65.246.396	111.634.354	72.478.557	-0,17	11,08
UKUPNO	9.520.592.403	6.012.891.128	9.942.441.109	6.009.921.989	4,43	-0,05

„Ostala tržišta“

U tzv. „ostalim tržištima“ ili „trećim zemljama“ najznačajniji vanjskotrgovinski partner po obimu trgovanja je Turska, zatim SAD. U posmatranom periodu zabilježen je i pad izvoza u Tursku, SAD, Kinu i Rusiju, uz istovremeno povećanje uvoza iz trećih zemalja, osim Ruske Federacije, gdje je uvoz smanjen za preko 70%.

U Tursku najviše izvozimo masnoće i ulja životinjskog i biljnog porijekla (59 miliona KM), zatim gvožđe i čelik (23 miliona KM), namještaj, posteljina, madraci itd. (19 miliona KM).

Prvo mjesto u izvozu u Rusiju zauzela je tarifa 30 - farmaceutski proizvodi (20 miliona KM), zatim voće (16 miliona KM), dok u Kinu najviše izvozimo drvo i proizvode od drveta (8 miliona KM) a u SAD neorganske hemijske spojeve (6 miliona KM), cink i njegove proizvode (5 miliona KM) itd.

Struktura razmjene po sektorima

U strukturi vanjskotrgovinske razmjene ostvarene po sektorima, za šest mjeseci 2019. godine, primjetan je pad izvoza u agroindustriji, tekstilnoj industriji, drv-

nom sektoru, što se povezuje sa padom obima industrijske proizvodnje još od posljednjeg kvartala prethodne godine. S druge strane, zabilježen je rast uvoza u svim sektorima, što ukazuje na visoku potrošnju u zemlji.

Usprkos brojnim izazovima, bh. ekonomija je u prošloj godini zadržala dinamiku realnog ekonomskog rasta jednaku prosjeku prethodne tri godine od tri posto. U tekućoj godini smanjenje izvoza uzrokovano je usporavanjem ekonomija u EU, smanjenjem izvoza u Tursku, problemima izazvanim taksama Kosova itd.

Posmatramo li po sektorima, uočavamo smanjenje izvoza u agroindustriji, tekstilnoj i drvnoj industriji, što se može povezati i sa smanjenjem obima prerađivačke industrije.

Drvni sektor jedini ostvaruje suficit, no važno je skrenuti pažnju da je u posmatranom periodu došlo do pada izvoza proizvoda tarifne grupe 94 - namještaj, posteljina, madraci itd. od čak 13%, dok je izvoz trupaca smanjen samo za 1%. Istovremeno se događa povećanje uvoza upravo ovih proizvoda u višom dodanom vrijednošću.

Metalni sektor nastavlja sa rastom

izvoza iako su stope jednocifrene, za razliku od prethodne godine kada su stope rasta izvoza znale biti i dvocifrene. Namjenska industrija, odnosno izvoz municije i oružja nastavlja rasti te smo za pola godine izvezli oko 88 miliona KM ovih proizvoda.

Smanjenje aktivnosti glavnih trgovinskih partnera, rast necarinskih barijera, otežano poslovanje u metalnoj odnosno aluminijskoj industriji i nizak obim proizvodnje u odnosu na domaću potrošnju koja se podmiruje uvozom samo su neki od razloga zbog kojih imamo visok vanjskotrgovinski deficit.

Trebamo brinuti zbog nedovoljnih stopa rata BDP-a, nemamo inovacija, niti dovoljno investicija u prerađivačku industriju, ne izvozimo proizvode sa visokom dodanom vrijednošću.

U ovom periodu bi na BDP mogao pozitivno utjecati sektor usluga, prije svega turizam, te konačno intenziviranje investicijskih radova u javnoj infrastrukturi.

Belma Hasić ■

Blagi pad razmjene industrije tekstila, odjeće, kože i obuće

Industrija tekstila, odjeće, kože i obuće (T.O.K.O.) u kontinuitetu od 2009. do 2018. godine bilježila je konstantan porast izvoznih rezultata i povećavala pokrivenost uvoza izvozom, pa je i u ukupnoj vanjskotrgovinskoj robnoj razmjeni BiH u prvih šest mjeseci ove godine ponovo značajno zastupljena i zauzima 4. mjesto i po uvozu i po izvozu

Iako je u periodu januar-juni 2018./2019. godine evidentiran blagi pad u obimu trgovinske razmjene od oko 80 miliona KM, ipak je pokrivenost uvoza izvozom industrije T.O.K.O. sa 77,29% u 2018. godini porasla na 78,66% u prvom polugodištu 2019. godine, dok je u istom periodu na nivou Bosne i Hercegovine pokrivenost uvoza izvozom pala sa 63,16% u 2018. na 60,45% u 2019. godini.

U periodu januar-juni 2019. godine ukupan obim vanjskotrgovinske razmjene cjelokupne domaće bh. privrede iznosio je 15.952.363.098 KM i veći je za 418.879.567 KM nego u istom periodu 2018. godine, kada je ostvaren obim od 15.533.483.531 KM.

U sektoru tekstila, odjeće, kože i obuće je u periodu januar-juni 2019. godine ostvaren ukupni obim vanjskotrgovinske razmjene od 1.803.287.280 KM i manji je za 78.863.071 KM nego u istom periodu 2018. godine, kada je ostvaren obim od 1.882.150.351 KM.

– Ukupan UVOZ domaće privrede za prvih 6 mjeseci 2019. iznosio je 9.942.441.109 KM i veći je za 421.848.706 KM nego u istom periodu 2018. godine (9.520.592.403 KM).

– Od toga je UVOZ industrije tekstila, odjeće, kože i obuće u navedenom periodu u 2019. godini bio 1.009.365.949 KM i manji je za



52.232.071 KM nego u istom periodu 2018. godine, kada je iznosio 1.061.598.020 KM.

– Ukupan IZVOZ domaće privrede za prvih 6 mjeseci 2019. iznosio je 6.009.921.989 KM i manji je za 2.969.139 KM nego u istom periodu 2018. godine (6.012.891.128 KM).

– Od toga je IZVOZ industrije tekstila, odjeće, kože i obuće u navedenom periodu u 2019. godini iznosio 793.921.331 KM i manji je za 26.631.000 KM nego u istom periodu 2018. godine, kada je iznosio 820.552.331 KM.

Pokrivenost uvoza izvozom u ukupnoj razmjeni države Bosne i Hercegovine sa svijetom u prvih 6 mjeseci 2018. godine iznosila je 63,16%, dok je u 2019. godini smanjena na 60,45 %.

Istovremeno, pokrivenost uvoza

izvozom samo industrije tekstila, odjeće, kože i obuće u prvih 6 mjeseci 2018. godine iznosila je 77,29%, a u 2019. godini povećana je na 78,66%.

Najznačajniji UVOZNI proizvodi u 2018. su bili:

TG 41 - sirova, sitna i krupna koža (184,25 miliona KM); TG 64 - obuća (171,23 miliona KM); TG 62 - odjeća i pribor za odjeću (114,97 miliona KM); TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (88,18 miliona KM) i TG 59 - tekstilne tkanine (83,15 miliona KM).

Najznačajniji UVOZNI proizvodi u 2019. su bili:

TG 64 - obuća (185,15 miliona KM); TG 41 - sirova, sitna i krupna koža (152,92 miliona KM); TG 62 - odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili ku-

Vanjskotrgovinska razmjena industrije tekstila, odjeće, kože i obuće BiH: I - VI 2018./2019. u KM

Godina	I – VI 2018.				I – VI 2019.				Indeks u %	
	Uvoz	Izvoz	Obim	Pokrivenost %	Uvoz	Izvoz	Obim	Pokrivenost %	2018./2019. Uvoz	2018./2019. Izvoz
Ukupno TOKO	1.061.598.020	820.552.331	1.882.150.351	77,29%	1.009.365.949	793.921.331	1.803.287.280	78,66%	0,95	0,97
Ukupno BiH	9.520.592.403	6.012.891.128	15.533.483.531	63,16%	9.942.441.109	6.009.921.989	15.952.363.098	60,45%	1,04	1,00

* Podaci Uprave za indirektno oporezivanje BiH obuhvataju izvoz i uvoz roba prema ICD i UCD po carinskim procedurama.

	Godina	I – VI 2018.				I – VI 2019.				Indeks u %	
		Tarifna glava i naziv proizvoda	Uvoz	Izvoz	Obim	Pokrivenost u %	Uvoz	Izvoz	Obim	Pokrivenost u %	2018./2019. Uvoz
41	Sirova krupna i sitna koža sa ili bez dlake	184.256.221	58.902.843	243.159.064	31,97%	152.918.242	34.448.518	187.366.759	22,53%	0,83	0,58
42	Proizvodi od kože, sedlarski i sarački proizvodi	63.189.762	48.980.003	112.169.765	77,51%	45.701.001	44.266.383	89.967.384	96,86%	0,72	0,90
43	Prirodno i vještačko krzno, proizvodi od krzna	980.328	3.466.185	4.446.514	353,57%	969.809	2.967.163	3.936.972	305,95%	0,99	0,86
59	Tekstilne tkanine, impregnirane, premazane	83.154.724	15.550.671	98.705.395	18,70%	60.815.553	6.728.700	67.544.254	11,06%	0,73	0,43
60	Pleteni ili kukičani materijali	56.064.204	2.227.576	58.291.781	3,97%	54.290.680	3.882.181	58.172.862	7,15%	0,97	1,74
61	Odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani ...	88.180.840	88.125.370	176.306.210	99,94%	110.469.694	99.187.419	209.657.114	89,79%	1,25	1,13
62	Odjeća i pribor za odjeću, osim pletenih kukičanih	114.974.867	175.580.811	290.555.678	152,71%	116.532.229	167.861.334	284.393.563	144,05%	1,01	0,96
63	Ostali gotovi proizvodi od tekstila, setovi, nošena odjeća	33.114.574	13.794.417	46.908.991	41,66%	37.856.167	17.222.446	55.078.613	45,49%	1,14	1,25
64	Obuća, kamašne i slični proizvodi, dijelovi tih pr.	171.235.669	383.980.136	555.215.806	224,24%	185.151.347	383.997.775	569.149.122	207,40%	1,08	1,00

kičanih (116,53 miliona KM); TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (110,47 miliona KM) i TG 59 - tekstilne tkanine (60,81 miliona KM).

Najznačajniji IZVOZNI proizvodi u 2018. su bili:

TG 64 - obuća (383,98 miliona KM); TG 62 - odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (175,58 miliona KM); TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (88,13 miliona KM); TG 41 - sirova, sitna i krupna koža (58,90 miliona KM) i TG 42 - proizvodi od kože (48,98 miliona KM).

Najznačajniji IZVOZNI proizvodi u 2019. su bili:

TG 64 - obuća (384,00 miliona KM); TG 62 - odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (167,86 miliona KM); TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (99,19 miliona KM); TG 41 - sirova, sitna i krupna koža (44,27 miliona KM) i TG 42 - proizvodi

od kože (34,45 miliona KM).

Najznačajnije zemlje partneri u IZVOZU i dalje su zemlje Evropske unije: Italija, Njemačka, Austrija, Slovenija, Hrvatska, Francuska, Turska, Slovačka, Poljska i Srbija.

Najznačajnije zemlje partneri u UVOZU su: Italija, Njemačka, Srbija, Turska, Slovenija, Austrija, Hrvatska, Kina, Mađarska i Poljska.

Kad govorimo o najznačajnijim izvoznim oblastima, procentualna pokrivenost uvoza izvozom ponovo je najveća kod TG 43 - prirodno i vještačko krzno i proizvodi od krzna (305,95%), zatim slijedi TG 64 - obuća, kamašne i sl. proizvodi (207,40%), TG 62 - odjeća i pribor za odjeću (144,05%), TG 42 - proizvodi od kože (96,86%) te TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (89,79%).

Istovremeno, ukupni uvoz industrijske grane u periodu januar-juni 2019. godine povećan je za 0,95%, ali je također i izvoz povećan za 0,97% u odnosu

na isti period 2018. godine.

Prema statističkim analizama, primjetno je da je u prvih 6 mjeseci 2019. godine jako smanjen UVOZ iz TG 41 (sirova krupna i sitna koža sa ili bez dlake) za 31.337.979 miliona KM u odnosu na isti period 2018., dok je istovremeno smanjen i IZVOZ kože iz ove tarifne grupe za 24.454.325 miliona KM.

Iako se kod nas još uvijek pretežno rade *lohn* poslovi dorade za ino kupce, gdje sve sirovine i repromaterijale naša firma dobije od svojih kupaca, te unatoč brojnim problemima sa kojima se bh. privrednici susreću, počevši od dvostrukog plaćanja carine na repromaterijale bez EU porijekla, nedostatka ali i odliva postojećeg stručnog kadra, malih ili nikakvih poticaja, velikih fiskalnih i parafiskalnih nameta, još uvijek nedovoljnog razumijevanja i podrške države ovoj najniže plaćenju industrijskoj grani te nepovoljnog i za strane investitore ekonomski nesigurnog političkog ambijenta u državi, ipak ohrab-

Izvoz industrije tekstila, odjeće, kože i obuće i ukupne bh. privrede u periodu 2014–2018. (u KM)

Tarifne glave 41 – 65	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	UKUPNO
Ukupno TOKO	1.260.043.389	1.318.853.277	1.362.845.156	1.495.058.673	1.596.557.831	7.033.358.326
Ukupno BiH	8.939.844.544	9.215.982.867	9.769.023.197	11.384.774.382	12.258.274.614	51.567.899.604

Uvoz industrije tekstila, odjeće, kože i obuće i ukupne bh. privrede u periodu 2014–2018. (u KM)

Tarifne glave 41 - 65	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	UKUPNO
Ukupno TOKO	1.783.382.429	1.805.840.433	1.917.222.002	2.052.266.419	2.058.484.214	9.617.195.497
Ukupno BiH	15.789.140.137	15.401.936.848	16.261.247.925	18.447.340.042	19.593.467.949	85.493.132.901

bruje činjenica da je u prvom polugodištu ove godine ponovo povećan izvoz gotovih tekstilnih proizvoda, i to iz TG 61 (odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani proizvodi) za 11,06 miliona KM i TG 63 (ostali gotovi proizvodi od tekstila) za 3,42 miliona KM.

Nažalost, obućarska industrija, koja je uvijek do sada držala primat u izvozu, u prvoj polovini 2019. godine bilježi diskretno umanjen uvoz za 13,9 miliona KM, ali i minimalni porast izvoza za samo 17.640,00 KM.

Uprkos ozbiljnim naprijed navedenim problemima, treba posebno naglasiti da naše kompanije ipak uspijevaju dogovoriti ali i očuvati poslove sa najpoznatijim i najprestižnijim svjetskim brendovima odjeće i obuće kao što su: Armani, Benneton, Burberry, Champion, Diadora, Hugo Boss, Paul Green, Triumph, Addidas, Gucci, Hogan, Moncler, Nero Giardini, Nike, Prada itd., a tu moramo spomenuti i izradu automobilskih presvlaka za najpoznatije svjetske brendove u autoindustriji.

Aktivnostima Vanjskotrgovinske

komore Bosne i Hercegovine, u suradnji sa bh. privrednom i podrškom Ministarstva vanjske trgovine i ekonomskih odnosa naše zemlje, već nekoliko godina pridonosi i Odluka o privremenoj suspenziji i privremenom smanjenju carina kod uvoza određenih repromaterijala, koja je, prema izjavama brojnih privrednika korisnika ovih benefita, dosta pomogla i omogućila znatne finansijske uštede kompanijama, a samim time i zapošljavanje više hiljada novih radnika te ulaganje u modernizaciju i proširenje proizvodnih kapaciteta.

U ostvarenju spomenutih rezultata sigurno je u određenoj mjeri pomogla promocija i posjeta međunarodnim sajmovima u inostranstvu iz oblasti tekstila, obuće, gotovih proizvoda, prediva i tkanina, kože, mašina i repromaterijala za tekstilnu industriju i sl. koje je organizovala i organizuje VTKBiH sa svojim partnerima.

Nedavno je Komora uradila komparativnu analizu trgovinske razmjene industrije tekstila, odjeće, kože i obuće u BiH u periodu 2014-2018. godine u odnosu na ukupnu trgovinsku razmjenu

Bosne i Hercegovine, iz koje se zaista može vidjeti koliki je pozitivan trend izvoza ove industrijske grane i njen značaj i doprinos ukupnoj trgovinskoj razmjeni države.

Međutim, treba kazati da je najveći broj navedenih pozitivnih pomaka u ovoj branši napravljen uglavnom zaslugom samih privrednika i zaista je neophodno da država posveti daleko više pažnje ovom značajnom industrijskom sektoru koji direktno zapošljava 30-35.000 radnika a indirektno najmanje još toliko i konstantno u cjelokupnoj trgovinskoj razmjeni države već dugi niz godina zauzima visoko 4. mjesto po izvozu.

U tom će smislu Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, kao asocijacija bh. privrede, zajedno sa domaćim kompanijama, i dalje nastaviti činiti sve na poboljšanju poslovnog ambijenta i uslova poslovanja u zemlji, ali i konkurentnosti bh. firmi na sve važnijim inostranim tržištima.

Pripremio: Muris Pozderac ■



BANKA PARTNER
Addiko Bank

www.100najvecih.ba

ORGANIZATOR: **Poslovne** BIRINE

SUORGANIZATOR: VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE
СПОЛНОТРГОВИНСКА КОМПОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ
FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNIA AND HERZEGOVINA

EKSKLUZIVNI PARTNER: **EuroExpress** brza pošta

ANALITIČKI PARTNER: **LRC{BIS}** BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM

OFICIJELNO VOZILO: **Audi**

TELEKOMUNIKACIJSKI PARTNER: **bh**

OFICIJELNI AVIO PARTNER: **CROATIA AIRLINES** A STAR ALLIANCE MEMBER

OFICIJELNA OSIGURAVAJUĆA KUĆA: **triglav**

OFICIJELNI VINO: **TIKVEŠ** SINJA 1965

PRINTING PARTNER: **ad plus**

PARTNERI: Foreign Investors Council, **KAKANJ CEMENT** KAKANJ, **halcom** SARAJEVO, FEDERALNA GOSPODARSKA IZBORA FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE, **LRCINKASSO**, **FANFAN**, **LUTRIJA** KOSICE I KOSARICE, PRIVREDNA KOMORA REPUBLIKE SRPSKE, **HOTEL HILLS** SARAJEVO, **PRINTER** IT SOLUTIONS AND SERVICES

BRONZANI SPONZORI: **R&S**, **BIPA-OIL** VESANJE, **LUKAVAC** CEMENT, **igman** TRIPET TRIPET, **JK** JUVACKI ŽELJEZNIČKI VEŠIČARSTVO, **MADI**, **ArcelorMittal**, **GrandTrade**, **HIFA PETROL**, **GreenEnergySolution** donikolici by InvestmentMio, **Experto**

SPONZORI: **dm**, **KONZUM**, **FIS**, **Xella**, **LAKE**, **Pivo**, **INTEGRAL** INTELIGENTNO ZA, **HERCEG**, **TUZLAFARM**, **Planet soft**, **SPORTRIVA**, **LuxLED**, **EUROPE GROUP**, **Mercator**, **TRD GROUP**, **COURTYARD** BY PARADISE, **kliping**

MEDIJSKI SPONZORI: **Outdoor**, **FACE**, **OSLOBODJE**, **SARAJEVO** CITY CHANNEL, **HARAT**, **metromedia**, **elta-kabel**, **BojiPosao.com**, **FENA**, **Interconnect**, **CAPITAL.ba**, **okopije**, **PROFITRAZ.ba**, **DANI**, **Gracija**, **Putovanja**, **STRAHO**, **VISITBIH**, **šepka Cafe**, **MANAGER.BA**, **CS** Goodstyle, **ZdraviPortali**, **tv1**, **RSG** RADIO, **start** business

Trendovi grafičke i papirne industrije BiH u posljednjih pet godina

Ubrzani razvoj modernih tehnologija u razvijenim zemljama Evrope i svijeta zahtijevao je i modernizaciju postrojenja u štamparijama i kompanijama koje proizvode papir i papirne prerađevine Bosne i Hercegovine. Privatni kapital u novoformiranim i privatizovanim kompanijama omogućio je nabavku nove i moderne opreme.

Grafička i papirna industrija su značajne grane privrede u kojima, prema podacima entitetskih zavoda za statisti-

ku, radi oko 4.000 zaposlenih, od čega je u proizvodnji i preradi papira zaposleno više od 70%, a u grafičkoj industriji manje od 30%.

Prema podacima Agencije za statistiku Bosne i Hercegovine, proizvodnja papirne industrije povećana je za 3,7% u 2018. u poređenju sa 2017. godinom, dok je grafička industrija imala proizvodnju na istom nivou kao i 2017.

Posljednjih godina je zbog porasta digitalne štampe smanjena štampa novina, časopisa i sličnih publikacija. Štampa knjiga, monografija i sličnih štamparskih proizvoda je u blagoj stagnaciji, dok je štampa svih vrsta ambalaže u značajnom porastu i očekivati je da će se taj trend nastaviti i u budućnosti.

Nakon perioda pada proizvodnje u kompanijama koje proizvode papir i prerađevine od papira, od 2017. godine evidentan je porast proizvodnje papira, kartona i prerađevina.

U tabelama koje slijede ćemo vidjeti najznačajnije grupe proizvoda koje su se izvozile u posljednje tri godine i u prvom polugodištu 2019, ukupan uvoz i proizvode koji su se najviše uvozili u BiH u protekle tri godine i prvih šest mjeseci 2019. i izvozno-uvozne rezultate grafičke i papirne industrije i obim razmjene u posljednjih pet godina.

Iz podataka se vidi da su u posljednjih pet godina i grafička i papirna industrija imali trend porasta izvoza i uvoza, a pokrivenost uvoza izvozom je ugovnom imala trend povećanja.

Izvoz grafičke i papirne industrije Bosne i Hercegovine (u KM)

Grupe proizvoda	2016.	2017.	2018.	I-VI 2019.
Papir i karton za ponovnu preradu	11.790.904	13.590.091	11.884.605	6.375.384
Celuloza, papirni i kartonski otpaci	11.813.978	13.591.534	11.922.649	6.376.070
Kraft-papir i karton nepremazani	60.558.244	81.619.665	114.563.625	33.950.279
Toaletni i sličan papir i celulozna vata	40.066.078	35.556.539	43.908.838	20.779.549
Ručno izrađeni papir i karton	36.554.883	44.559.217	42.588.548	21.857.130
Kutije, vreće i vrećice i drugi spremnici	29.540.334	30.427.297	33.379.646	17.639.214
Ostali nepremazani papir i karton	6.240.616	8.836.160	10.684.796	3.216.189
Ostali papiri, karton, celulozna vata	1.309.625	1.604.964	3.895.952	1.568.702
Cigaret papir, izrezan ili neizrezan	4.890.447	4.402.273	3.682.025	2.389.356
Papir i karton, valoviti	1.889.423	3.728.929	3.638.783	1.698.541
Registri, knjigovodstvene knjige, notesi	3.500.841	3.757.170	3.385.297	2.283.050
Nepremazana papir i karton	2.044.741	2.552.431	3.300.318	2.076.410
Papir, karton, celulozna vata	1.369.407	1.935.136	2.064.053	953.921
Papir i karton, premazani s jedne ili obje strane	1.191.179	1.408.282	1.350.344	553.110
Proizvodnja i prerada papira	191.798.183	223.232.472	270.076.047	117.112.462
Štampane knjige, brošure, leci i slično	36.714.587	41.785.260	43.162.862	21.839.879
Ostali štampani materijali	1.209.609	993.965	2.174.468	946.827
Novine, časopisi i ostale publikacije	2.763.318	3.131.296	2.012.379	1.106.850
Grafička industrija	41.644.064	47.032.094	48.225.324	24.120.526
Ukupan izvoz grafičke i papirne industrije	245.256.225	283.856.100	330.224.020	141.232.988

Izvor: UIOBiH – Obrada VTKBiH, Asocijacija grafičke i papirne industrije

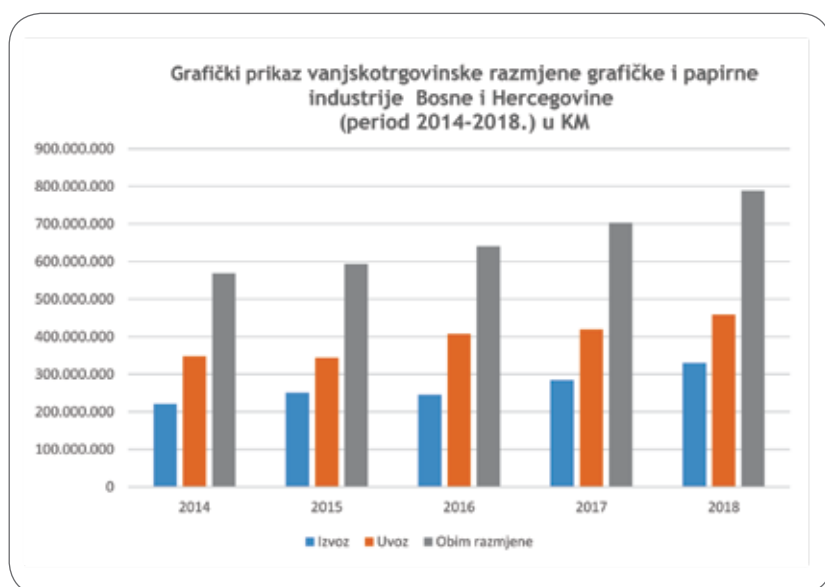
Uvoz grafičke i papirne industrije Bosne i Hercegovine (u KM)

Grupe proizvoda	2016.	2017.	2018.	I-VI 2019.
Hemijska drvena celuloza	40.537.984	41.260.944	49.440.937	24.483.011
Celuloza, papirni i kartonski otpaci	45.421.203	45.504.134	54.153.694	25.953.624
Kutije, vreće i vrećice i drugi spremnici	59.247.165	62.336.006	64.760.546	36.386.285
Papir, karton, celulozna vata i listovi i trake	41.065.884	43.070.367	46.203.209	22.058.160
Papir i karton, premazani s jedne ili obje strane	30.534.676	30.592.310	31.804.424	15.398.352
Toaletna papir i slična papir, celulozna vata	30.285.344	31.077.156	33.611.018	16.822.349
Nepremazana papir i karton	30.155.639	31.541.381	37.725.390	18.889.799
Ručno izrađeni papir i karton	19.745.653	19.944.879	25.632.700	13.433.148
Papir i karton, valoviti	18.089.213	17.911.831	23.845.889	12.349.711
Ostali nepremazani papir i karton	12.933.900	13.491.161	15.053.064	8.106.490
Etikete, papirne ili kartonske, svih vrsta	12.255.458	13.910.985	15.415.153	8.657.913
Ostali papiri, karton, celulozna vata i sl.	11.397.787	12.431.304	14.274.493	5.925.667
Proizvodnja i prerada papira	312.167.460	322.962.666	356.805.768	207.762.978
Novine, časopisi i ostale publikacije	19.916.388	18.182.123	18.700.811	8.963.305
Ostali štampani materijali	12.955.644	11.201.398	12.070.592	6.771.546
Grafička industrija	49.381.000	50.612.000	47.072.247	23.202.420
Ukupan uvoz grafičke i papirne industrije	406.969.663	419.078.801	458.031.719	230.965.398

Pregled vanjskotrgovinske razmjene grafičke i papirne industrije BiH (u KM)

	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	I-VI 2019.
Uvoz (KM)	347.852.106	343.292.248	406.969.663	419.078.801	458.031.719	230.965.398
Izvoz (KM)	221.137.692	250.496.465	245.256.225	283.856.100	330.224.020	141.232.988
Obim razmjene (KM)	568.989.798	593.718.713	640.411.910	702.934.901	788.255.739	372.198.386
Pokrivenost uvoza izvozom %	63,5	72,9	60,3	67,7	72,1	61,1

Izvor: UIO BiH – Obrada VTK BiH, Asocijacija grafičke i papirne industrije



ZAKLJUČAK

Imajući u vidu sve navedeno, može se zaključiti:

- nije samo bitno imati tehnologiju već su potrebni softveri i standardi prema zahtjevima EU tržišta, kao i obučeni kadrovi;
- industrijska revolucija 4.0. ima svoju primjenu u grafičkoj industriji, što znači da organizaciono i softverski treba biti u segmentu totalne automatizacije i pametnih sistema, što je jedan od uslova za ulazak na tržište EU;
- od 2019. godine inkjet tehnologija će biti lider, otisak će se samo obogaćivati;
- papirna industrija se suočava sa veoma oštrom konkurencijom u izvozu, cijene papira rastu, tako da kompanije moraju ulagati velike napore da bi povećale svoju proizvodnju i bile konkurentnije na ino tržištu.

Koncept razvoja koji uključuje paralelan razvoj ljudskih potencijala i unapređenje tehnologije, uz intenzivniju promociju potencijala, doprinosi ostvarenju većeg i kvalitetnijeg izvoza.

Pripremila: Selma Bašagić ■

Trendovi u poljoprivredno-prehrambenom sektoru od 2014. godine

Iako Bosna i Hercegovina bilježi veliki deficit u izvozu, od 2014. godine izvoz kontinuirano raste, dok se u 2018. godini bilježi pad od 17%. Pokrivenost uvoza izvozom iznosio je 28%. Apsolutna vrijednost izvoza u 2018. godini iznosila je 879,9 miliona KM, a uvoza 3,1 milijardu KM.

U 10 vodećih izvoznih tarifa u periodu od 5 godina koje čine preko 50% vrijednosti ukupnog izvoza poljoprivredno-prehrambenog sektora ubrajaju se:

- 1512 Ulje od sjemena suncokreta, šafranike ili pamuka...
- 0811 Voće i orašasti plodovi, nekuhani ili kuhani u vodi
- 0401 Mlijeko i pavlaka, nekoncentrirani i bez dodatog šećera
- 1905 Hljeb, peciva, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi
- 1101 Brašno od pšenice ili napolice
- 0201 Goveđe meso, svježe ili rashlađeno
- 0808 Jabuke, kruške i dunje, svježe
- 1602 Ostali pripremljeni ili konzervirani proizvodi
- 2202 Vode, uključujući mineralne vode i gazirane vode,
- 1701 Šećer od šećerne trske ili šećerne repe

U 10 vodećih uvoznih tarifa u periodu od 5 godina ubrajaju se:

- 1512 Ulje od sjemena suncokreta, šafranike ili pamuka...
- 2106 Prehrambeni proizvodi koji nisu pomenuti niti uključeni na drugom mjestu
- 1806 Čokolada i ostali prehrambeni proizvodi koji sadrže kakao
- 1001 Pšenica i suražica
- 0201 Goveđe meso, svježe ili rashlađeno
- 1905 Kruh, peciva, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi
- 1701 Šećer od šećerne trske ili šećerne repe i hemijski čista saharoza
- 2203 Pivo dobijeno od slada
- 2202 Vode, uključujući mineralne vode i gazirane vode
- 2309 Preparati koji se koriste za prehranu životinja

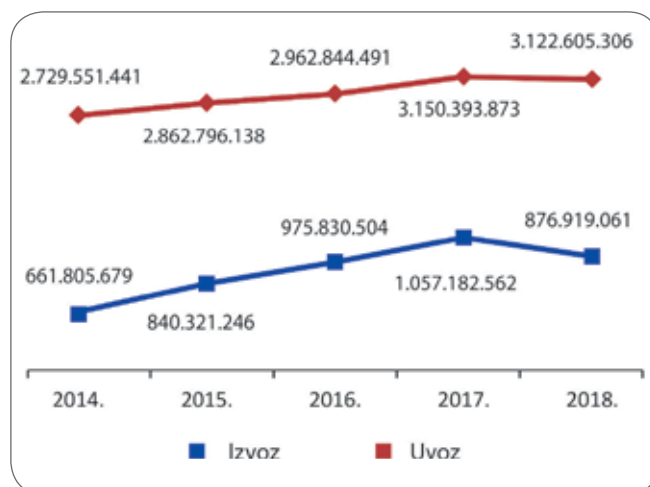
Vodeća tržišta za izvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda bila su Turska, Srbija, Hrvatska, Crna Gora, Makedonija, Njemačka, Italija, Kosovo, Ruska Federacija i Slovenija. Vodeća uvozna tržišta bila su Srbija, Hrvatska, Slovenija, Italija, Mađarska, Njemačka, Holandija, Austrija, Turska i Poljska.

Sektor poljoprivrede i prehrane ima udio od 7,6% u BDP-u (podatak za 2016. godinu).

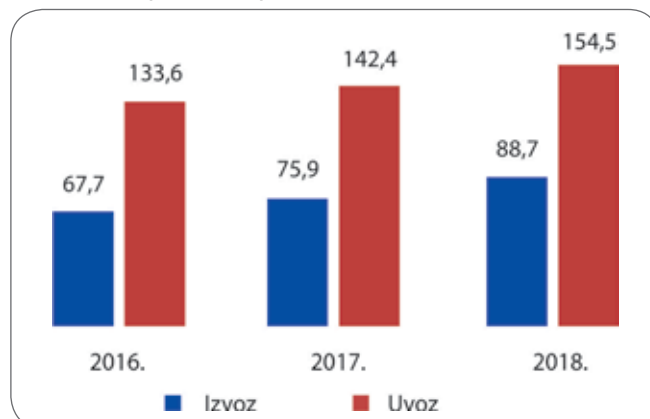
Spoljnotrgovinska razmjena mlijeka i mliječnih proizvoda

U posmatranom periodu od tri godine bilježi se kontinuiran rast izvoza mlijeka i mliječnih proizvoda. Poredeći izvoz u 2016. sa izvozom u 2017. godini, bilježi se porast od 12%. U 2018. godini bilježi se porast od 17%, odnosno 12,8 miliona KM. Porast se bilježi zahvaljujući rastu izvoza fermentisanog programa na tržište Crne Gore. Uvoz je takođe rastao, i to za 2% na godišnjem nivou. Pokrivenost uvoza izvozom porasla je sa 54 na 58%. Bosna i Hercegovina je u 2018. godini prvi put premašila nivo izvoza zabilježen 2012. godine, prije nego je Hrvatska ušla u EU. U odnosu na 2012. godinu, uvoz je manji za gotovo 10 miliona KM. Količinski posmatrano, u 2018. godini izvoz je znatno nadmašio uvoz (79.000 kg u odnosu na 57.000 kg). Došlo je do značajnog pada izvoza mliječnih proizvoda u Hrvatsku (sa 15 na 9 miliona KM, tj. 38%) te do

Spoljnotrgovinska razmjena poljoprivredno-prehrambenog sektora 2014-2018. (u KM)



Spoljnotrgovinska razmjena mlijeka i mliječnih proizvoda 2016-2018. (u mil. KM)



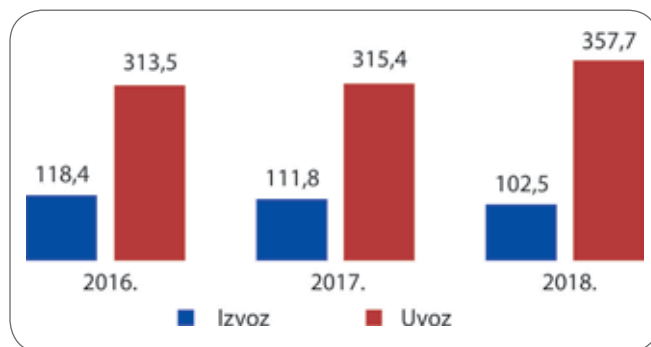
blagog pada na tržištu Kosova* (1% na nivou godine, ali 48% ako posmatramo samo novembar i decembar – nakon što je Kosovo* uvelo carine). Pomenuto uvođenje carina za bh. proizvode na Kosovu* moglo bi dovesti do gubitka izvoza u iznosu od oko 10 miliona KM. Crna Gora je izvozno tržište broj 1 sa 33 miliona KM, a Srbija je na drugom mjestu. Slijede ih tržišta Makedonije, Kosova* i Hrvatske te u znatnoj mjeri Albanije.

Analizirajući spoljnotrgovinsku razmjenu mlijeka i mliječnih proizvoda u 2018. godini, uočava se obim razmjene u vrijednosti od 243.233.429,00 KM. U toku 2018. godine izvezeno je mlijeka i mliječnih proizvoda u vrijednosti od 88.734.622,00 KM, a uvezeno 154.498.808,00 KM. Izvoz je rastao za 16,88%, a uvoz za 8,50%. Pokrivenost uvoza izvozom iznosio je 57,4%. Rast izvoza zabilježen je kod sljedećih proizvoda: mlačenica, kiselo mlijeko i pavlaka, jogurt, kefir i ostalo fermentisano ili zakiseljeno mlijeko (111,8%), mlijeko i pavlaka, nekoncentrisani i bez dodatnog šećera (1,07%). Pad izvoza zabilježen je kod sljedećih proizvoda: mlijeko i pavlaka, koncentrisani ili sa dodatim šećerom (-67,65%), surutka, koncentrisana ili nekoncentrisana (-60,12%), maslac i ostale masti i ulja (-21,39%) te sir i skuta (-2,43%). Rast uvoza je zabilježen kod svih analiziranih proizvoda, što se vidi u Tabeli 1. Ključna izvozna tržišta su zemlje regiona - Crna Gora, Hrvatska, Makedonija, Kosovo, Srbija i Albanija. Države iz kojih se bilježi najveća vrijednost uvoza su Njemačka, Hrvatska, Slovenija i Mađarska. Pad izvoza tarifa 0402 i 0404 nastao je zbog takse od 100% koju je Bosni i Hercegovini uvelo Kosovo*.

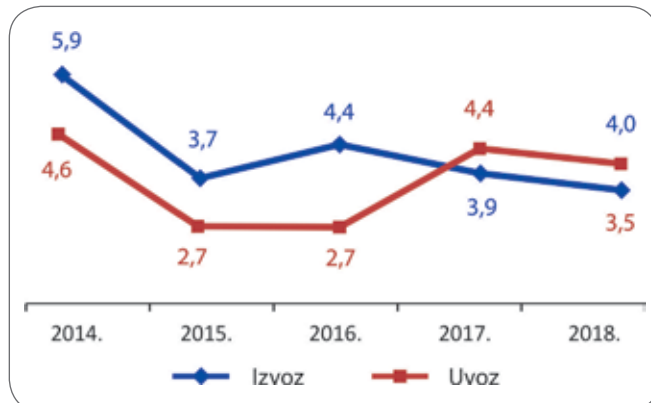
Spoljnotrgovinska razmjena mesa i mesnih prerađevina

Analiza spoljnotrgovinske razmjene mesa i mesnih prerađevina u periodu od tri godine bilježi konstantan rast uvoza, ali i pad izvoza. Uvoz je posljednje dvije godine rastao za 13,4%, a izvoz padao za 8,3%. Pad izvoza prvenstveno se bilježi kod svježeg i rashlađenog goveđeg mesa te pilećeg mesa. S obzirom na to da je vodeće tržište za izvoz goveđeg mesa Turska u koju je BiH u 2016. godini imala zabranu izvoza i imajući u vidu smanjene bescarinske kvote te pad vrijednosti turske lire u 2018. godini, logičan je i pad vrijednosti izvoza. Osim toga, razlog pada izvoza pilećeg mesa isti je kao i za mlijeko, odnosno 100% takse za izvoz na tržište Kosova* na koje se ovo meso izvozilo u vrijednosti od 14 miliona KM. Kada je u pitanju sektor peradarstva (pileće meso, prerađevine, živa perad i jaja) bilježi se pad izvoza u 2018. godini u odnosu na 2017. od 2% (1,3 miliona KM), uz rast izvoza od 16% (5,3 miliona KM). Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 139%. Sektor peradarstva u spoljnotrgovinskoj razmjeni bilježi kontinuiran suficit, koji je u 2018. godini iznosio 15,3 miliona KM. U odnosu na 2017. godinu, došlo je do blagog pada izvoza (2%), dok je uvoz bilježio porast od 16%. Najveće promjene zabilježene su u segmentu mesa peradi (svježeg i smrznutog). Značajno je porastao uvoz iz Turske, dok je nakon uvođenja carina za izvoz na Kosovo* u novembru i decembru pao za 90%, u odnosu na isti period prethodne godine. Prerađevine mesa od peradi učestvuju sa preko 70% u ukupnom izvozu. Četiri regionalna tržišta (Makedonija, Srbija, Kosovo* i Crna Gora) nose 97% ukupnog izvoza te se velike nade polažu u otvaranje tržišta EU, prvenstveno Hrvatske.

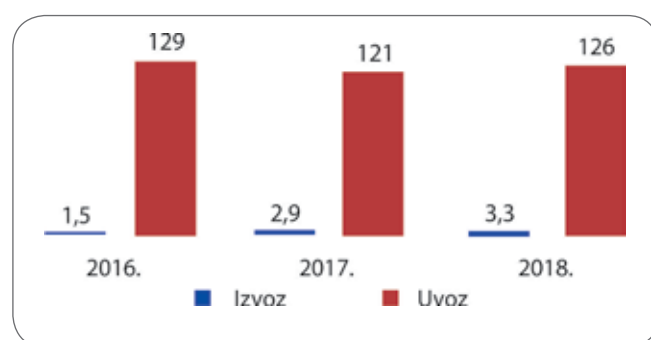
Spoljnotrgovinska razmjena mesa i mesnih prerađevina 2016-2018. (u mil. KM)



Spoljnotrgovinska razmjena jaja 2014-2018. (u mil. KM)



Spoljnotrgovinska razmjena piva 2016-2018. (u mil. KM)



Spoljnotrgovinska razmjena jaja

U posmatranom periodu od pet godina, spoljnotrgovinska razmjena jaja bilježi određene oscilacije. U kategoriji svježih kokošijih jaja bilježi se pokrivenost uvoza izvozom od 533%. Na strani uvoza dominiraju oplodena kokošija jaja (71%) te svježa (11%) i sušena jaja 18%. Vrijednost izvoza iznosila je 3,5 miliona KM, a uvoza 4 miliona KM.

Spoljnotrgovinska razmjena piva

Činjenica je da uvoz posljednjih godina kontinuirano raste. U 2017. godini uvezeno je preko 1.531 hiljada hl piva u vrijednosti od preko 121 milion KM. U odnosu na 2013. godinu, uvoz je povećan za 170 hiljada hl. Ovakvo stanje je sa uvoznom cijenom piva iz okruženja, posebno iz Srbije. Izvoz piva iz BiH u periodu od 2013. do 2017. godine skromno se povećavao za oko 3 hiljade hl i u 2017. godini je količinski iznosio 29 hiljada hl u vrijednosti od oko 2,8 miliona KM. Takvo stanje nastavlja se i u 2018. godini. Ključna tržišta za izvoz domaćeg piva su Hrvatska, Srbija, Malta i Italija.

Spoljnotrgovinska razmjena duvana i duvanskih preradevina

Trogodišnja analiza spoljnotrgovinske razmjene duvana i duvanskih preradevina pokazuje kontinuiran drastičan pad izvoza i kontinuirano povećanje uvoza. Situacija pada izvoza ovih proizvoda vezana je za nekoliko razloga, a prvenstveno za pad proizvodnje ove industrije zbog akcizne politike koja dovodi do stvaranja crnog tržišta (konstantno povećanje akciza na duvan i preradevine) i gašenja proizvodnje domaćih fabrika, te zbog uvođenja 100% takse na izvoz na tržište Kosova*. Pored pomenutog, u julu 2018. godine Upravni odbor Uprave za indirektno oporezivanje BiH je usvojio Nacrt zakona o izmjenama i dopunama Zakona o akcizama BiH, kojim je predviđeno uvođenje moratorija na tri godine na povećanje specifične akcize na cigarete. Međutim, iako je ovakav prijedlog trebao usvojiti Savjet ministara BiH, to se nije desilo te će u januaru 2019. godine doći do povećanja akcize na sve duvanske proizvode.

Pored Kosova, pomenute proizvode izvozimo i na tržište Crne Gore, Albanije, Srbije, a najviše uvozimo iz Srbije, Hrvatske, Makedonije, Njemačke i Poljske.

Spoljnotrgovinska razmjena povrća i voća

Izvoz iz sektora voća i povrća pao je u 2018. godini za 33 miliona KM (16%) u odnosu na prethodnu godinu i iznosio je 180 miliona KM, dok je vrijednost uvoza slična prošlogodišnjoj i iznosi 347 miliona KM (zabilježen neznatan rast uvoza za 0,4% ili 1,3 miliona KM). Pokrivenost uvoza izvozom iznosi 52% (2014. je iznosio 41%).

Dva ključna razloga za pad izvoza su kišno ljeto i zabrana izvoza jabuka u Rusku Federaciju, koja je bila na snazi skoro 6 mjeseci (od 22. 1. do 11. 7.).

Pet najkonkurentnijih proizvoda nosi 57% vrijednosti ukupnog izvoza od 103 miliona KM (smrznute maline, svježe kruške, jabuke i šljive te kornišoni).

Izvoz maline je dostigao količinski rekord sa 23.458 tona, ali je zbog pada cijene ukupan izvoz bio za 6% manji u odnosu na prethodnu godinu i iznosio je 66 miliona KM. Malina je i dalje ubjedljivi lider u sektoru voća i povrća.

Od ukupnog izvoza od 180 miliona KM, u top 10 zemalja se izvozi 89%.

Njemačka je postala prvo izvozno tržište sa ukupno ostvarenim izvozom od 33 miliona KM, te uz suficit od 24 miliona KM.

Srbija je na drugom mjestu, dok je tržište Ruske Federacije, nakon leaderske pozicije u 2017. godini i smanjenja izvoza od 23 miliona KM (u odnosu na 2017. godinu), palo na treće mjesto.

I dalje uvozimo velike količine voća i povrća upitnog kvaliteta, što se može zaključiti po jako niskim cijenama. Primjera radi, uvezli smo 784 šlepera (tj. 2 šlepera svaki dan) jabuka po cijeni od 0,10 do 0,30 KM.

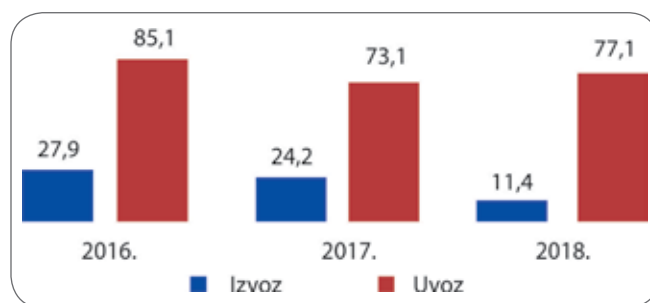
U 2018. godini uvezli smo 347 miliona KM voća i povrća, odnosno gotovo 100 KM po glavi stanovnika.

To znači da je u prosjeku svaki bh. građanin u 2018. godini potrošio 51 KM na uvozno voće, 25 KM na uvozno povrće i 23 KM na uvozne preradevine od voća i povrća.

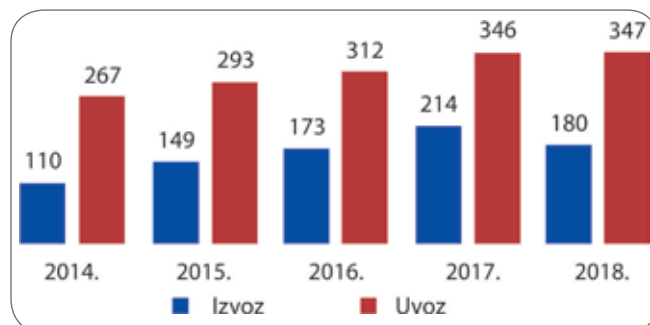
U 2018. godini uvezli smo 307 hiljada tona voća i povrća, odnosno 88 kilograma po glavi stanovnika.

To znači da je u prosjeku svaki bh. građanin u 2018. godini pojeo 52 kg uvoznog voća, 27 kg uvoznog povrća i 9 kilograma preradevina od voća i povrća!

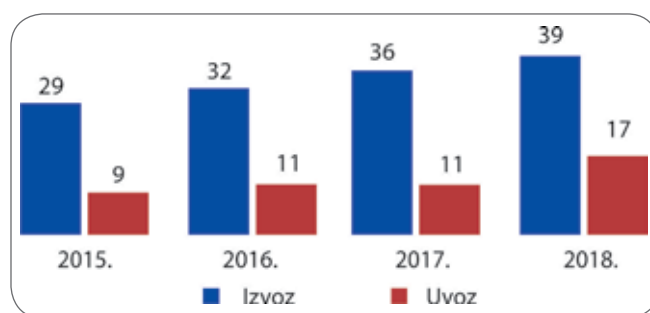
Spoljnotrgovinska razmjena duvana i duvanskih preradevina 2016-2018. (u mil. KM)



Uvoz/Izvoz voća i povrća 2014-2018. (u mil. KM)



Spoljnotrgovinska razmjena ljekovitog bilja, eteričnih ulja, šumskih plodova i meda 2015-2018. (u mil. KM)



Prostora za supstituciju uvoza ima mnogo, iako se čini da je najveći razlog za uvoz niska cijena, kao i dostupnost proizvoda tokom cijele godine.

Spoljnotrgovinska razmjena ljekovitog, aromatičnog i začinskog bilja, eteričnih ulja i šumskih plodova

Prema analizama Spoljnotrgovinske komore BiH, izvoz u sektoru ljekovitog bilja, eteričnih ulja, šumskih plodova i meda bilježi porast od 8% u odnosu na 2017. godinu (+2,8 miliona KM), uz napomenu da istovremeno raste i uvoz. Ukupno je u 2018. godini u ovom sektoru izvezeno proizvoda u vrijednosti od 39 miliona KM, dok je uvoz iznosio 17 miliona KM i za 55% (+5,9 miliona KM) je veći nego prethodne godine. Pokrivenost uvoza izvozom i dalje iznosi visokih 235% (na 1 KM uvoza izvezemo 2,35 KM).

Posmatrajući cjelokupan sektor, izvoz je realizovan na 44 tržišta širom svijeta, uz dominaciju EU tržišta (86%). Novoosvojena tržišta u 2018. godini uključuju Meksiko, Keniju, Luksemburg, Hong Kong, Nikaragvu, Novi Zeland, Vijetnam, Južnoafričku Republiku itd.

Tijana Slagalo ■

Poljoprivredno-prehrambeni sektor u prvih šest mjeseci 2019. godine

U prvih šest mjeseci 2019. godine iz Bosne i Hercegovine je izvezeno 348.877.549 KM proizvoda agroindustrijskog sektora a uvezeno 1.533.820.761 KM. Ukupan izvoz u pomenutom periodu u 2019. godini bilježi pad od 7,2% odnosu na 2018. godinu, dok uvoz bilježi porast od 1,85%.

Ako posmatramo spoljnotrgovinsku razmjenu vodećih izvoznih sektora, primjećuju se pozitivni ali i negativni trendovi u odnosu na posmatrani period u prošloj godini.

Bez obzira na 100% takse koje je uvelo Kosovo*, sektor mlijeka i mliječnih prerađevina bilježi rast od 37%, a vodeći izvozni proizvodi iz pomenutog sektora potiču iz fermentisanog programa proizvoda čiji je izvoz porastao do 110%.

Izvoz mesa i mesnih prerađevina je pao za 60%. Razlog pada nalazimo u padu izvoza goveđeg mesa u odnosu na prošlu godinu za skoro 100%, odnosno do prestanka izvoza na tržište Turske i Kosova. Sektor peradarstva je posljednjih nekoliko godina izrastao u jedan od najznačajnijih podsektora agroindustrije. Pokrivenost uvoza izvozom za posmatrani period iznosio je 112%.

Međutim, bez obzira na suficit, bilježi se pad izvoza žive peradi od 48%, mesa peradi od 20% te prerađevina od 20%,

što u konačnici rezultuje ukupnim smanjenjem izvoza od 16%. Pozitivan iskorak je učinjen kod izvoza jaja te je zabilježen rast od 60% u odnosu na prošlu godinu. Vjerujemo da će izvoz jaja i u narednom periodu biti u porastu, budući da je nedavno BiH dospjela na listu izvoza jaja za preradu na tržište EU. Takođe, očekuje se i skori izvoz pilećeg mesa u EU te se nadamo da će negativan trend preći u pozitivan do kraja 2019. godine.

Za ovaj period bitno je napomenuti da je carina koju je uvedelo Kosovo* imala snažan negativan uticaj na izvoz piletine (gubitak 6 miliona KM) i mlijeka (gubitak 5,7 miliona KM).

Izvoz voća i povrća je u posmatranom periodu rastao, i to povrća za 17% a voća za 9% (ukupan izvoz iznosio je 66,5 miliona KM). Izvoz vodećih voćnih kultura poput maline je količinski rastao ali se cjenovno bilježi pad (izvoz maline je količinski rastao 16% ali je cijena pala 4%, dok je izvoz jabuke rastao i količinski i cjenovno, i to za 181% i 127%. Povratak na tržište Ruske Federacije je pozitivno uticao na trendove izvoza pomenutih sektora te se nadamo još boljim rezultatima u narednom periodu.

Tradicionalni susreti bosanskohercegovačkih međunarodnih prijevoznika

Aktualna kretanja u međunarodnom cestovnom prijevozu



8. i 9. 11. 2019. godine
Hotel „HILLS“ Ilidža/Sarajevo

Vanjskotrgovinska komora BiH u saradnji sa Ministarstvom komunikacija i transporta BiH, organizira 10. jubilarne susrete prijevoznika u BiH.

Susreti prijevoznika su mjesto izlaganja aktualnih tema iz oblasti domaćeg i međunarodnog cestovnog prijevoza, gdje se uz konstruktivan dijalog prijevoznika, nadležnih organa i institucija, razgovara o značajnim pitanjima i budućim izazovima u ovoj oblasti.

Zastupljenost sektora poljoprivrede u medijima u BiH

Prema istraživanju koje je napravila agencija za praćenje i analizu medija „Kliping BH“, u prvom polugodištu 2019. godine ukupno je objavljeno 4.669 objava u bh. medijima na temu poljoprivrede u Bosni

i Hercegovini. Najveće interesovanje za ovaj sektor bh. mediji su pokazali u maju, kada je zabilježeno 1.130 objava, te u junu kada je bilo 760 objava.

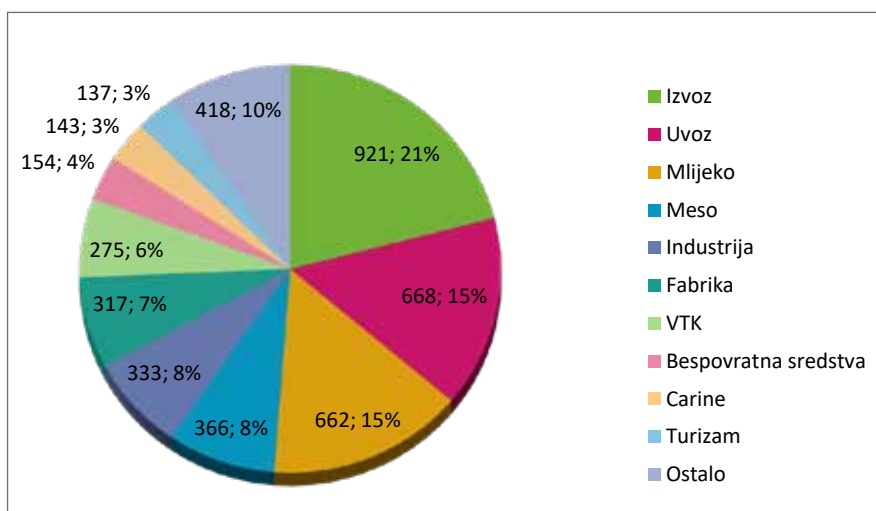
Od ukupnog broja objava, 70% ili 3.269 objava registrovano je na internet

portalima, 19% ili 885 objava u printanim medijima (dnevnom, sedmičnim, dvosedmičnim i mjesečnim izdanjima) te 11% ili 515 priloga na elektronskim medijima, od čega 491 priloga na domaćim TV stanicama i 24 priloga u programima radio stanica.

Unutar sektora poljoprivrede bilo je više podtema koje su privukle pažnju bh. medija, a najviše objava se odnosilo na ključne riječi „izvoz“, i to 21% ili 921 objava od ukupnog broja objava, te 15% koje podjednako dijele teme „uvoz“ i „mlijeko“. U grafičkom prikazu je dat pregled najzastupljenijih tema u bh. medijima u prvom polugodištu tekuće godine unutar pomenutog sektora.

Medijskom analizom uočeno je da je sektor poljoprivrede sa svojim podtemama prilično zastupljen u bh. medijskom prostoru. Veliku popularnost imale su vijesti poput odluke o odobrenju izvoza piletine iz BiH u zemlje članice Evropske unije, te o izvozu/uvozu mlijeka i mliječnih prerađevina. Značajne su bile i mnogobrojne vijesti o donošenju odluka o podsticajima za poljoprivrednike, te uopće o podacima o izvozu/uvozu. Također, popularne vijesti su bili i događaji poput održavanja godišnjeg sastanka guvernera Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) u BiH ili održavanja jednog od najvećih sajmova u regionu „Sajam privrede u Mostaru“. Značajno mjesto je zauzela i vijest o uvođenju carinskih taksu Kosova na robu iz BiH i Srbije, te o problematici s kojom se suočavaju poljoprivrednici u našoj zemlji.

Agencija „Kliping BH“ već se 20 godina uspješno bavi pružanjem usluga praćenja i analize medija te istraživanja tržišta. Članica je regionalne grupacije press clipping agencija „Newton Media“ koja pokriva gotovo sve države srednje i jugoistočne Evrope. E-mail: kliping@kliping.ba; Telefon: 033/956-378



Usluge EEN mreže su provjerene, brze i besplatne

Poštovani čitaoci,

Vanjskotrgovinska / Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, kao koordinator Evropske preduzetničke mreže (EEN) u Federaciji Bosne i Hercegovine, u saradnji sa partnerima iz konzorcija (Sarajevska regionalna razvojna agencija, Sarajevo, Univerzitet u Sarajevu, INTERA Tehnološki Park, Mostar, BIT Centar, Tuzla, Razvojna agencija Unsko-sanskog kantona, Bihać i Zenička razvojna agencija, Zenica), u ovom broju INFOKOMA, pored odabranih ponuda inostranih kompanija iz baze koja evidentira EEN PROFILE POSLOVNE SARADNJE, objavljuje i ponude iz baze koja evidentira EEN PROFILE IZ OBLASTI ISTRAŽIVANJA I RAZVOJA, kao i ponude iz baze koja evidentira EEN TEHNOLOŠKE PROFILE onih privrednih i istraživačko-tehnoloških subjekata koji su iskazali interes za saradnju sa kompanijama iz Bosne i Hercegovine.

Sve ponude koje su prezentirane iz baze poslovne saradnje EEN mreže su odabrane po kriterijima koji su prihvatljivi za izvozno orijentirane kompanije iz Bosne i Hercegovine, od-

nosno Federacije Bosne i Hercegovine, što znači da se uzimaju u obzir samo one poslovne ponude (profili) koje povećavaju izvozni kapacitet malih i srednjih preduzeća iz Bosne i Hercegovine.

Ako želite stupiti u kontakt s preduzećima čije ponude su objavljene ili ako želite da se ponuda / profil Vašeg preduzeća nađe u bazi podataka EEN mreže, kontaktirajte nas putem e-maila koji je naveden na svakoj ponudi/profilu. Procedura je vrlo jednostavna:

- Ispunite obrazac / profil za poslovnu / istraživačku / tehnološku saradnju;
 - Ponuda / profil Vašeg preduzeća se unosi u EEN bazu podataka;
 - Vaš ponuda / profil se dalje objavljuje u poslovnim magazinima / internet stranicama EEN centara / kontakt tačaka u zemljama u kojima tražite poslovnog partnera.
- Usluge EEN mreže su provjerene, brze i besplatne.

Partneri BITNET konzorcija u Federaciji Bosne i Hercegovine



VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE
СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ
FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNIA AND HERZEGOVINA



Putem dolje datog linka možete SAMI pronaći opciju search (Partnering opportunities) i pregledati sve ponude / zahtjeve inostranih privrednih entiteta (business entities):
<http://een.ec.europa.eu/tools/services/SearchCenter/Search/ProfileSimpleSearch?shid=32db25cb-726f-43b0-8b5f-7742d0935799>

Početak jesenje sezone sajmova



Značenje sajma u svijetu raste iz dana u dan te stoga danas, i pored sve prisutnijeg interneta i društvenih mreža, velik broj privrednih subjekata koristi upravo sajmove, a posebno *specijalizirane sajmove* kao osnovni i najvažniji element marketinškog predstavljanja

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je prije nekoliko godina formirala Grupaciju organizatora sajmova u BiH, želeći, prije svega, da stručnjaci iz prakse daju svoj maksimalni doprinos kako bi zajedničkim snagama uspostavili jedinstvene kriterije organizacije, bazirajući se prvenstveno na utvrđenim i općeprihvaćenim međunarodnim standardima, te popravili i promijenili najbolje sliku bh. sajamske industrije.

Samo na takav način, ali istovremeno i sa novim investicijama u modernizaciju naših sajmišta, uvođenjem novih tehnologija i opreme, stalnim usavršavanjem stručnih (posebno mladih) sajamskih profesionalaca, mnogo detaljnijim planskim pripremama događaja, njihovom adekvatnom promocijom, sa što više direktnih kontakata sa potencijalnim izlagačima, daleko značajnijim korištenjem mogućnosti interneta (vlastita internetska stranica te poslovne i društvene mreže), uvezivanjem sa priznatim međunarodnim sajamskim asocijacijama i razmjenom know-how, stalnom kontrolom podataka i certificiranjem domaćih sajmova te brojnim drugim segmentima koje organizacija događaja kakav je međunarodni sajam zahtijeva, moći ćemo u budućnosti i kod nas očekivati kvalitetne i dugo očekivane promjene u ovoj industrijskoj branši.

PRESJEK GLOBALNE SAJAMSKE INDUSTRIJE

Prema jednoj od definicija, sajmovi i izložbe su marketinški događaji odre-

đenog trajanja koji se održavaju u intervalima, odnosno mjesta na kojem veliki broj privrednih subjekata predstavlja proizvodni asortiman jednog ili više industrijskih sektora radi pružanja informacija te unapređenja prodaje.

Učešće na sajmu najkraći je put za ostvarivanje prvog kontakta s potencijalnim partnerima te nezaobilazno mjesto susreta struke, promocije proizvoda, razmjene iskustava i sklapanja poslova. Osim toga, sajmovi i izložbe su mjesto upoznavanja s aktuelnim trendovima, mjesto gdje se istovremeno može vidjeti, usporediti, ocijeniti te istog trenutka i dobiti povratna informacija o proizvodu ili usluzi, odnosno direktno sagledati položaj privrednih subjekata u odnosu na konkurenciju.

Značenje sajma u svijetu raste iz dana u dan te stoga danas, i pored sve prisutnijeg interneta i društvenih mreža, velik broj privrednih subjekata koristi upravo sajmove, a posebno *specijalizirane sajmove* kao osnovni i najvažniji element marketinškog predstavljanja.

UFI, Globalna asocijacija sajamske industrije za podršku svih glavnih sajmova i izložbi u svijetu, svake godine kontaktira sa stotinama organizatora sajmova i izložbi i profesionalcima iz 52 zemlje kako bi ih pitali o realizaciji njihovih događaja i aktuelnim problemima sa kojima se suočavaju u ovom sektoru.

Poznato je da je prikupljanje i dobivanje tačnih podataka o sajamskoj/izložbenoj industriji težak zadatak, ali kada dobijemo ozbiljne i tačne podatke, to je neprocjenjiv alat kako za analizu tako i za daljnji razvoj i planiranje. UFI

Global Exhibition Barometer daje nam najpotpuniji i najpouzdaniji pregled sajamske industrije u svijetu, kao i promjena i novih trendova u njoj.

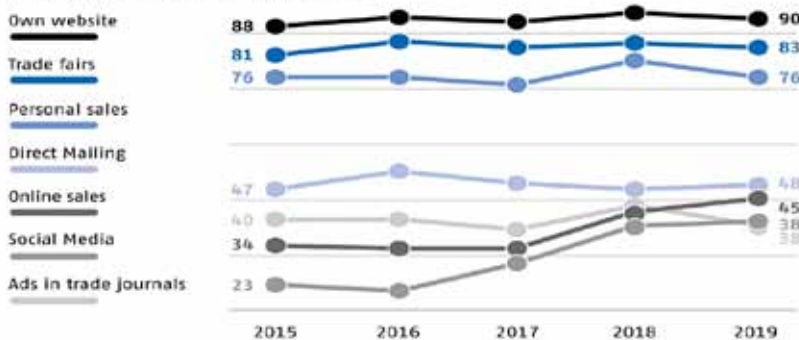
Sa ubravanjem digitalizacije u kompanijama širom svijeta, UFI globalni sajamski barometar razvio se tako da se, između ostalog, fokusira i na stanje digitalnih aktivnosti u sajamskoj industriji. Rezultati iz 2018. godine pokazuju da je većina kompanija odgovorila na ubrzavajući proces digitalizacije u sajamskoj industriji, međutim, napredak je još uvijek ograničen. Kina, Njemačka, Indija, Indonezija, Italija, Meksiko, Velika Britanija i SAD identificirane su kao sajamska tržišta koja su trenutno najnaprednija u procesu digitalne transformacije.

Među anketiranim kompanijama izlagačima na sajmovima, 58% učesnika ankete izjavilo je da su dodali digitalne usluge ili proizvode (poput aplikacija, digitalnog oglašavanja, digitalne signalizacije i sl.) u aktivnosti oko postojećih sajmova na kojima učestvuju. Ovo je već široko rasprostranjeno u Meksiku (75%), Velikoj Britaniji (73%), Kini (72%), Brazilu (71%), Italiji (64%) i SAD-u (62%).

Kompanije unutar sajamske industrije i same vrše digitalizaciju pa je tako, na globalnom nivou, 48% kompanija izjavilo da su promijenili interne procese i tokove rada kako bi postali digitalni. Ovdje su najnaprednija sajamska tržišta Velika Britanija (91%), Kina (56%), Indija (55%), Australija (55%) i Južna Afrika (53%).

Kako su posljednja usporedna istraživanja AUMA-e (Asocijacija sajmova

Trade fairs in the marketing mix*
In B2B communication ...% of the German exhibitors
regard as very important or important:



© AUMA

* representative survey conducted by TNS Emnid commissioned by AUMA among 500 companies, which exhibit at trade fairs; Nov. 2018

Njemačke) za period 2015-2019. pokazala, sajmovi zauzimaju visoko mjesto u odnosu na druge komunikacijske instrumente. Za oko 83% izlagača, učešće na sajmovima je važno ili vrlo važno za njihovu B2B komunikaciju. Sajmovi u kontinuitetu predstavljaju drugi najvažniji instrument, nadmašen samo vlastitim internetskim stranicama kompanije, koje su danas postale standardna i neizostavna karakteristika gotovo svakog posla. Nakon sajмова, sljedeći komunikacijski instrumenti su lična prodaja koju 76% kompanija smatra važnom ili vrlo važnom te analogna ili digitalna direktna pošta (48%), dok su na začelju internetska prodaja (45%), reklama putem socijalnih mreža (38%) i reklame u stručnim časopisima i žurnalima (38%).

EVROPA

Kad su u pitanju sajmovi i izložbe u Evropi, brošura „Statistika evropskih sajмова u 2017“ (*Euro Fair Statistics 2017*), koju je krajem 2018. objavila Globalna asocijacija sajamske industrije u svijetu - UFI (*The Global Association of the Exhibition Industry*), sadrži kontrolirane revidirane podatke o broju izlagača, sajamskom prostoru i broju posjetilaca za preko 2.500 sajмова i izložbi u Evropi. Brošura prikazuje podatke 15 ovlaštenih revizorskih organizacija iz 13 zemalja koje su radile audit navedenih sajмова.

Osnovni cilj ovih statističkih podataka, iz zemalja koje su uključene u ovu kontrolu, je da olakšaju planiranje sajмова i ocjenjivanje sajamskog uspjeha, posebno za kompanije koje posluju u cijeloj Evropi.

Revizijom dostavljenih i dostupnih

podataka 859 organizatora sajмова i izložbi, u 2017. godini je na ovim manifestacijama ukupno učestvovalo 703.060 izlagača, 75,9 miliona posjetilaca te je bilo iznajmljeno 27,6 miliona m² izlagačkog prostora. Od toga, 38% je bilo sajмова samo za stručne posjetioce (B2B), 31% sajмова za potrošače (B2C) i 31% sajмова i za stručne posjetioce i za potrošače zajedno (B2B + B2C).

UFI procjenjuje da kontrolirani (revidirani) sajmovi u ovom izvještaju predstavljaju 60% ukupnog neto evropskog sajamskog i izložbenog prostora za iznajmljivanje, a održani su u 317 gradova Evrope.

Prema broju gradova u kojima se organiziraju i održavaju sajmovi, izdvaja se 6 zemalja, i to: Francuska (89 gradova), Turska (52 grada), Italija (34 grad), Njemačka (29 gradova), Španija (19 gradova) i Poljska (17 gradova).

Sajmovi koji su pokriveni ovim UFI izvještajem održani su u 24 države, i to: Austriji, Belgiji, Bugarskoj, Hrvatskoj, Češkoj, Finskoj, Francuskoj, Njemačkoj, Mađarskoj, Italiji, Luksemburgu, Moldaviji, Monaku, Poljskoj, Portugalu, Rumuniji, Rusiji, Sloveniji, Španiji, Švedskoj, Švicarskoj, Nizozemskoj, Turskoj i Ukrajini.

U svakom od ovih slučajeva, jedna ili više javnih računovodstvenih ili drugih neovisnih organizacija za kontrolu podataka osigurali su poštovanje mjerdavnih statističkih pravila.

(Napomena: kompletna brošura „Euro Fair Statistics 2017“ na engleskom jeziku može se preuzeti na www.fkm.de/downloads ili sa UFI stranice:

https://www.ufi.org/wp-content/uploads/2018/10/2017_euro_fairs_statistics_c.pdf.

BOSNA I HERCEGOVINA

Kad je u pitanju domaća sajamska industrija, možemo reći da je, kao i prethodnih godina, i ovogodišnja jesen prepuna brojnih starih ali i novih sajamskih dešavanja. Pošto je još uvijek većina domaćih sajмова općeg tipa (*multi-branch* sajmovi), dakle radi se o sajmovima roba široke potrošnje, oni obično budu i dobro posjećeni od široke publike, međutim, nesporna je činjenica da je jako teško privući stručne poslovne posjetioce na takve događaje.

U našoj zemlji, u većim i manjim gradovima i drugim mjestima gdje se organiziraju sajmovi, mnogo je lakše organizirati takve opće sajmove, uz koje često ide i prefiks *međunarodni*, nego usko specijalizirane i stručno-poslovne sajmove namijenjene prvenstveno užem krugu domaćih i inostranih poslovnih posjetilaca.

Ipak, kako globalni i evropski statistički podaci govore, najveći broj izlagača i poslovnih posjetilaca zainteresiran je daleko više za specijalizirane sajmove, jer je to pravo mjesto gdje zaista s pravom mogu očekivati adekvatan povrat svog ulaganja kroz nastup na sajmovima. Također, stalna komunikacija većine domaćih organizatora sajмова i izlazak u javnost sa neprovjerenim i neadekvatno kontroliranim sajamskim pokazateljima, počevši od površine sajmišta, prodato prostora, broja domaćih i stranih izlagača, zemalja učesnica, pa do broja posjetitelja, razlog su zašto u statističkim anamnezama i izvještajima najznačajnijih globalnih asocijacija u sajamskoj industriji nema podataka o sajmovima u Bosni i Hercegovini i zašto govorimo o još uvijek *skromnom* broju direktnih inostranih izlagača na domaćim međunarodnim sajmovima.

Još uvijek se većina organizatora domaćih sajмова trudi da proda što više m² prostora, umjesto da, za promjenu, pokuša potencijalnim izlagačima na adekvatan način predstaviti, ponuditi, promovirati i na kraju prodati *poslovnu priliku* za njih. Kada izlagač vidi i shvati da je organizatorima zaista stalo da on uspije i da čine sve da mu omoguće da *napravi posao* na sajmu, te da im je prioritet uspjeh izlagača a ne samo veća prodaja sajamskog prostora i lična korist (bez obzira o kom sajmu se radilo), tek tada će se odnosi i red veličina u bh. sajamskoj industriji pokrenuti nabolje i moći ćemo očekivati

kvalitetnije, popunjenije i posjećenije sajmove, od čega će na kraju korist imati svi – i izlagači i organizatori i posjetioци, ali i država kroz povećane prihode od dolaska gostiju, vansajamske potrošnje te eventualno sklopljenih novih poslovnih aranžmana ili investicija.

Naravno da sami organizatori sajmovi ili upravitelji sajmišta (a moramo priznati da u BiH imamo svega nekoliko prostora za koje možemo kazati da jesu sajmišta sa osnovnom neophodnom pratećom infrastrukturom) neće moći napraviti velike i značajne pomake i bit će neophodna pomoć šire društvene zajednice i nadležnih državnih organa i institucija kako bismo ovu branšu doveli u položaj da bude samoodrživa i da prati koliko je to više moguće međunarodne standarde. Samo na takav način možemo očekivati dolazak stranih izlagača i poslovnih posjetilaca, što će zaista potvrditi i opravdati *međunarodnost* nekog domaćeg sajma. Ipak, neki od njih su u prilici da pokušavaju bar malo pratiti globalna sajamska dešavanja, ali ponovo su rijetki slučajevi da se izlagačima ponudi što više kvalitetnih informacija, podataka ili eventualno nešto drugačije što će još više zadržati stare i privući potencijalne nove izlagače.

Ovom prilikom nećemo posebno elaborirati značaj organizacije jakih međunarodnih pratećih događaja uz sajam, kao što su razne konferencije, kongresi, okrugli stolovi, bilateralni susreti i slično, što svakako predstavlja nazaobilazni *slag na tortu* skoro svakog značajnijeg međunarodnog sajma.

Za nadati se da će organizatori sajmovi i izložbi u BiH generalno pokušati promijeniti koncepciju svojih manifestacija i što više ih prilagoditi zahtjevima izlagača, odnosno konkretnog tržišta, jer kompanije i dalje zadržavaju čvrstu kontrolu vlastite potrošnje na sajmovima i kao izlagači pažljivo obraćaju pažnju i biraju sajmove na kojima će stvarno moći ostvariti svoje ciljeve i dobiti najveći povrat investicije (ROI), ali uz to svakako žele imati i kontrolirane troškove.

Muris Pozderac ■

NAJAVA JESENJIH SAJMOVA I MANIFESTACIJA U BIH

SEPTEMBAR

SAJAM PRIVREDE MODRIČA

5-6. 9. 2019.

Regionalni opći sajam

Mjesto održavanja: Modriča, JU Kulturno-sportski centar

Organizator: Općinska agencija za razvoj MSP Modriča

Adresa: Petra Kočića 4, 74480 Modriča

Tel./Fax: +387 53 814 065 ; 811 372

E-mail: orrmsp@gmail.com;

sajam.modrica@gmail.com

Web: www.armsp.org

SARAJEVO AUTO SHOW

5-8. 9. 2019.

Izložba vozila

Mjesto održavanja: Sarajevo, Trg djece Sarajeva

Organizator: Auto media group d. o. o. Sarajevo

Adresa: Šibenska 3, 71000 Sarajevo

Tel/fax: +387 64 460 3600

E-mail: auto@auto.ba

Web: www.auto.ba

BEE FEST 2019

12-15. 9. 2019.

Međunarodni sajam informacionih tehnologija

Mjesto održavanja: Sarajevo, Trg oslobođenja - Alija Izetbegović

Organizator: Udruženje Dio srca i društvo Promocult d. o. o. Sarajevo

Adresa: Sarači bb, Morića han, 71000 Sarajevo

Tel/fax: +387 33 238 567; Mob: +387 61 100 415

E-mail: bee@tea.fest.ba

Web: www.bee.tea-fest.ba

EKOBIS 2019

11-15. 9. 2019.

17. međunarodni sajam ekologije

Mjesto održavanja: Gradska otoka, Bihać

Organizator: Privredna komora Unsko-sanskog kantona

Adresa: Trg maršala Tita bb, 77000 Bihać

Tel./Fax: 00 387 37 227 762; 00 387 37 228 404

E-mail: pkusk@bih.net.ba

Web: www.pkusk.com.ba, www.ekobis.info

DANI ŠLJIVE - PROZOR 2019

Sajam poljoprivrede, prehrane i turizma

16-17. 9. 2019.

Mjesto održavanja: Prozor-Rama, Kulturno-sportski centar

Organizator: Općina Prozor-Rama

Adresa: Kralja Tomislava bb, 88440 Prozor

Tel./Fax: +387 36 771 912; 771 342

E-mail: razvoj@prozor-rama.org

Web: www.prozor-rama.org

INTERAGRO 2019

20-22. 9. 2019.

18. međunarodni poljoprivredni sajam i izložba stoke

Mjesto održavanja: Bijeljina, Agroturistički centar Knez Ivo od Semberije

Organizator: Akcionarsko društvo Grad, Bijeljina

Adresa: Miloša Crnjanskog 38, 76 300 Bijeljina

Tel.: +387 55 203 403; Fax: +387 55 203 321

E-mail: grad.sajam@teol.net,

grad.protokol@gmail.com

Web: www.adgradbn.com

SHF - SARAJEVO HALAL SAJAM 2019

26-28. 9. 2019.

2. međunarodni sajam halal industrije

Mjesto održavanja: Sarajevo, Centar Skenderija

Organizator: Bosna Bank International d. d. Sarajevo

Adresa: Trg djece Sarajeva bb, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 33 275 130; 0800 200 20

E-mail: info@sarajevohalalfair.com

Web: www.sarajevohalalfair.com

BANJA LUKA AUTO SHOW

26-29. 9. 2019.

Izložba vozila

Mjesto održavanja: Banja Luka, Trg Krajine

Organizator: Auto media group d. o. o. Sarajevo

Adresa: Šibenska 3, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 64 460 3600

E-mail: auto@auto.ba

Web: www.auto.ba

OKTOBAR

ZEPS 2019

1-5. 10. 2019.

26. međunarodni opći sajam

Mjesto održavanja: Zenica, Sajmište Kamberovića polje

Organizator: Poslovni sistem RMK d. d.

Adresa: Bulevar kralja Tvrtka I br. 17, 72000 Zenica

Tel./fax: + 387 32 247 774; 247 770;

Mob. +387 61 475 505

E-mail: director@zeps.com; info@zeps.com;

marketing@zeps.com

Web: www.zeps.com

ZEPS INTERMETAL 2019

1-5. 10. 2019.

16. međunarodni sajam metala

Mjesto održavanja: Zenica, Sajmište Kamberovića polje

Organizator: Poslovni sistem RMK d. d.

Adresa: Bul. Kralja Tvrtka I br. 17, 72000 Zenica

Tel./fax: + 387 32 247 771; 247 773;

Mob. +387 61 475 505

E-mail: intermetal@zeps.com

Web: www.zeps.com

KONJIC FOOD FEST 2019

2-4. 10. 2019.

Festival hrane

Mjesto održavanja: Konjic, Sportski centar Partizanovo

Organizator: Općina Konjic i Savez poljoprivrednih udruženja Konjic

Adresa: Varda 1, 88400 Konjic

Tel./fax: + 387 36 712 200; 735 040

E-mail: info@poljoprivredakonjic.ba

Web: www.foodfestkonjic.ba

BOSP EXPO 2019

Sajam poduzetništva i obrta

NEXUS EXPO 2019

Sajam mladog poduzetništva i obrta

2-4. 10. 2019.

Mjesto održavanja: Brčko

Organizator: Sajam-expo d. o. o. Brčko

Adresa: Svetog Save 19, 76100 Brčko

Tel./fax: +387 49 206 061; Mob. +387 62 343 328

E-mail: info@bospepo.com

Web: www.bospepo.com

HERCEGOVAČKI PLODOVI MEDITERANA - STOLAC 2019

2-4. 10. 2019.

12. sajamska manifestacija Hercegovački plodovi

Mediterana

Mjesto održavanja: Stolac, Sportska dvorana Stolac

Organizator: Udruga Hercegovački plodovi

Mediterana, Stolac

Adresa: Kralja Tomislava bb, 88360 Stolac

Tel./fax: +387 36 853 159; Mob. +387 63 353 688

E-mail: h.plod.mediterana@tel.net.ba

Web: www.udruga-hpm.com

SARAJEVSKI SAJAM TURIZMA 2019

9-11. 10. 2019.

41. međunarodni sajam turizma i ugostiteljstva

Mjesto održavanja: Sarajevo, Centar Skenderija

Organizator: Centar Skenderija - Sarajevski sajam, Sarajevo

Adresa: Terezija bb, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 33 226 614; 201 183

E-mail: dejana.s@skenderija.ba;

marketing@skenderija.ba

Web: www.skenderija.ba; www.sft.ba

DANI JABUKE - GORAŽDE 2019

10-12. 10. 2019.

Međunarodni sajam poljoprivrede, voćarstva i prehrambene industrije

Mjesto održavanja: Goražde, Sportska dvorana Mirsad Hurić

Organizator: Udruženje Privredno-kulturna manifestacija Dani jabuke

Adresa: Sinan-paše Sijerčića 19, 73000 Goražde

Tel./fax: +387 38 220 121

E-mail: mirsad.hubanic@gmail.com

KUPUJMO DOMAĆE 2019

16-19. 10. 2019.

Sajam malih porodičnih firmi

Mjesto održavanja: Sarajevo, Trg oslobođenja - Alija Izetbegović

Organizator: Udruženje Kupujmo-koristimo domaće - kvalitetno, proizvedeno u BiH, Sarajevo

Adresa: Pijačna 112, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 33 688 012; 688 013;

Mob: +387 61 200 304

E-mail: info@kupujmodomace.ba

Web: www.kupujmodomace.ba

MOSTAR AUTO SHOW

24-26. 10. 2019.

Izložba vozila

Mjesto održavanja: Mostar, Španski trg

Organizator: Auto media group d. o. o. Sarajevo

Adresa: Šibenska 3, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 64 460 3600

E-mail: auto@auto.ba

Web: www.auto.ba

NOVEMBAR

BRČKO 2019

7-9. 11. 2019.

12. međunarodni sajam privrede

Mjesto održavanja: Brčko distrikt

Organizator: Privredna komora Brčko distrikta

Adresa: Ul. Cvijete Zuzorić bb, 76000 Brčko distrikt

Tel./Fax: 00 387 49 216 116; 049 217 556

E-mail: pkomora.bd@gmail.com

Web: www.brcko-pkomora.com/sajam.html

KUPUJMO DOMAĆE 2019

13-16. 11. 2019.

Sajam malih porodičnih firmi

Mjesto održavanja: Sarajevo, Trg oslobođenja - Alija Izetbegović

Organizator: Udruženje Kupujmo-koristimo domaće - kvalitetno, proizvedeno u BiH, Sarajevo

Adresa: Pijačna 112, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 33 688 012; 688 013;

Mob: +387 61 200 304

E-mail: info@kupujmodomace.ba

Web: www.kupujmodomace.ba

JESENJI SAJAM 2019

14-17. 11. 2019.

Sajam poljoprivrede i prehrambene industrije

Sajam lova, ribolova, ekologije i sporta

Sajam turizma i ugostiteljstva

Mjesto održavanja: Banja Luka, Banjalučki velesajam

Organizator: Sajam d. o. o. Banja Luka

Adresa: Pilanska bb, 78000 Banja Luka

Tel./Fax: 00 387 51 313 628; Mob: +387 65 364 092

E-mail: info@sajam.co

Web: www.sajam.co

DECEMBAR

SAJAM PRIVREDE 2019

10-12. 12. 2019.

42. sajam roba široke potrošnje i

5. sajam privrede, poljoprivrede i zanatstva

Mjesto održavanja: Sarajevo, Centar Skenderija

Organizator: Centar Skenderija - Sarajevski sajam, Sarajevo

Adresa: Terezija bb, 71000 Sarajevo

Tel./fax: +387 33 219 624; 445 156

E-mail: amira.b@skenderija.ba;

marketing@skenderija.ba

Web: www.skenderija.ba

Pametni (*Smart*) digitalni tahografi

Tahograf je uređaj za bilježenje podataka o kretanju vozila koja obavljaju cestovni prijevoz putnika i roba. Razvojem je ovaj uređaj prešao sa analogne na digitalnu tehnologiju te je kao takav, digitalizovan, već više od decenije prisutan u vozilima

Po nekim pokazateljima, u posljednjih nekoliko godina digitalni tahograf je dostigao nivo dominantnog uređaja u oblasti cestovnog prijevoza na teritoriji Evropske unije.

Podsjećanja radi, u skladu sa Sporazumom o radu posade na vozilima koja obavljaju međunarodne cestovne prijevoze (*AETR*) od 16. juna 2010. godine, sva vozila koja se prvi put puštaju u saobraćaj (novoprodukcijena vozila koja se prvi put registruju) moraju biti opremljena digitalnim tahografom.

Uredbom (EU) broj 165/2014 Evropskog parlamenta i Vijeća od 4. februara 2014. godine, tačnije u njenom Poglavlju II, uvodi se pojam II generacije digitalnog tahografa tzv. pametnog (*smart*) tahografa. Ovom uredbom propisuje se da sva novoprodukcijena, prvi put registrovana vozila za cestovni prijevoz putnika i roba, od 15. juna 2019. godine moraju biti opremljena pametnim digitalnim uređajem. Ovim se želi povećati nivo sigurnosti samog uređaja i smanjenje vremenskih gubitaka svih učesnika u međunarodnom transportnom lancu, a posebno prijevoznika i vozača s ciljem kvalitetnijeg upravljanja voznim kapacitetima.

Savremenim dostignućima informaciono-komunikacijskih tehnologija omogućena je integracija digitalnih tahografa, globalnog navigacionog satelitskog sistema (GNSS), uređaja za daljinsko preuzimanje podataka i mreže mobilne telefonije (GSM) u jedan jedinstveni informacioni sistem.

U odnosu na svog prethodnika, pametni uređaj najnovije generacije imat

će unaprijeđene funkcije, koje se mogu sažeti u sljedećem:

- GPS – pozicioniranje vozila na početku i na kraju radnog vremena vozača (prilikom ubacivanja kartice i izbacivanja kartice) i svaka 3 sata kontinuirane vožnje;
- DSRC – skidanje podataka (beskontaktno na kratkoj udaljenosti) od strane kontrole. Skidaju se podaci o greškama koja mogu upućivati na manipulaciju;
- Novi senzor – KITAS 4 – drugačiji način plombiranja (uključen serijski broj plombe) – onemogućena manipulacija stavljanjem novih senzora i trganjem plombe bez posebne zabilješke;
- Nova generacija kartica vozača, kontrole, radionice i prijevoznika (kartice koje imaju mogućnost memorisanja dodatnih podataka koje pametni tahograf pohranjuje na kartici).

Dakle, prva promjena je mogućnost pozicioniranja vozila putem sistema GNSS (u skladu sa dostupnošću sistema), a ako ne, putem GPS sistema. Druga promjena je bežična komunikacija digitalnog tahografa sa DTCO-om od strane nadzornih kontrolnih organa, zatim tu su i ITS interfejs, unaprijeđenje metoda kriptovanja i zaštite podataka, kao i unaprijeđenje sistema plombiranja a u cilju smanjenja mogućnosti manipulacije.

Bitno je istaknuti i da ovakav sistem integrisanih tehnologija putem smart digitalnog tahografa omogućava skidanje, dakle dobijanje podataka u toku vožnje, što kontrolnim organima pruža priliku dobijanja podataka o kretanju vozila bez nepotrebnog zaustavljanja vozila, ukoliko se ne radi o sumnji na neki vid manipulacije uređajem. Kako bi navedeno bilo moguće, pametni tahografi u vozilima novoprodukcijeni i registrovani prvi puta od 15. juna 2019. godine moraju imati mogućnost spajanja na satelitski navigacijski sistem i biti opremljeni tehnologijom za daljinsku komunikaciju kako bi se olakšale ci-

ljane provjere na cesti. Članice EU imaju 15 godina od ovoga datuma kako bi opremile svoja nadzorna tijela za takvu komunikaciju. Podaci mogu biti pohranjeni samo za vrijeme trajanja provjere na cesti, te moraju biti izbrisani u roku od tri sata, osim u slučaju utvrđene zloupotrebe tahografa. Međutim, i pored sve bolje opremljenosti savremenim pametnim uređajima, iskustva nadzornih organa su takva da se neprestano suočavaju sa izazovima novih tehnika manipulacije. Kako bi kontrola bila što djelotvornija i podstakla usklađenost u nadzoru i vršenju kontrole širom EU, tijela EU će tokom narednih godina raditi na iznalaženju zajedničkih metodologija kontrole i nadzora na cestama.

Istom Uredbom propisuje se rok od 15 godina od početka primjene pametnih tahografa za postizanje takvog nivoa da se u vozilima za cestovni prijevoz putnika i roba nalaze isključivo ovakvi uređaji.

Referentni dokumenti: Uredba (EU) br. 165/2014 Evropskog parlamenta i Vijeća od 4. februara 2014. o tahografima u cestovnom prometu, stavljanju izvan snage Uredbe Vijeća (EEZ) br. 3821/85 o tahografu u cestovnom prometu i izmjeni Uredbe (EZ) br. 561/2006 Evropskog parlamenta i Vijeća o usklađivanju određenog socijalnog zakonodavstva koje se odnosi na cestovni promet (SL L 60, 28. 2. 2014., str. 1-33)

Vežani dokumenti: Provedbena uredba Komisije (EU) 2016/799 od 18. marta 2016. o provedbi Uredbe (EU) br. 165/2014 Evropskog parlamenta i Vijeća o utvrđivanju tehničkih zahtjeva za izradu, ispitivanje, ugradnju, rad i popravak tahografa i njihovih sastavnih dijelova (SL L 139, 26. 5. 2016., str. 1-506)

Provedbena uredba Komisije (EU) 2016/68 od 21. januara 2016. o zajedničkim postupcima i specifikacijama potrebnima za međupovezanost elektroničkih evidencija kartica vozača (SL L 15, 22. 1. 2016., str. 51-68)

Pripremio: Irnis Delija ■

Odbor za olakšavanje transporta u BiH - šansa za sistemsko rješavanje niza otvorenih pitanja u transportu

Velika lista otvorenih, operativnih pitanja i veliki broj različitih institucija nadležnih za ta pitanja predstavljalo je oduvijek problem, a naročito u situacijama kada postoji međusobna ovisnost i nužnost istovremenosti u primjeni kako bi iznadena rješenja bila svrsishodna i dala vidljive, pozitivne efekte. Kroz dugi niz godina djelovanja Udruženja međunarodnih cestovnih prijevoznika tereta Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine pokretane su mnoge inicijative i upućivani prijedlozi za rješavanje konkretnih problema i nedostataka, koji su itekako opterećivali transportnu industriju, pri čemu je, mora se priznati, značajan broj prijedloga prihvaćen i implementiran. Naravno, daleko veći broj je onih koji nisu prihvaćeni, niti je po tom pitanju bilo unapređenja. Unutrašnja neusklađenost i sporost, uz promjene koje diktira, između ostalog, i samo vanjsko tržište, dovele su do osjećaja da se ništa ne rješava, budući da se na svaki riješen problem pojave nova dva. Kako i zašto se stvara takav osjećaj možda dobro pokazuju sljedeći primjeri.

Kada smo daleke 2010. godine odahnuli i rekli – zbogom vize, jer je donesena odluka o bezviznom režimu za građane Bosne i Hercegovine nosioce biometrijskog pasoša, vrlo brzo smo shvatili da vozači u međunarodnom cestovnom prijevozu, čak i kada pravo koje ima svaki građanin Bosne i Hercegovine (da boravi bez vize u Schengen zoni maksimalno 90 dana u razdoblju od 180 dana) iskoriste isključivo za obavljanje profesionalnih poslova vozača, ni tih 90 dana nije dovoljno da bi mogli normalno raditi svoj posao. Da bi sve bilo daleko komplikovanije, javljaju se problemi hapšenja i kažnjavanja vozača u Švicarskoj, jer je na snazi Sporazum o olakšicama kod izdavanja viza sa Švicarskom po kojem vozači moraju imati vizu i koja se izdaje



na osnovu zahtjeva Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine. Naravno, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je odmah pokrenula sve potrebne aktivnosti kako bi se ovo pitanje riješilo te, svjesna da je potrebno da se sa Švicarskom dođe do Sporazuma o bezviznom režimu, kao trajnijem i boljem rješenju, isto je zatražila od nadležnih ministarstava. Istovremeno, Komora se prihvatila svoje obaveze iz važećeg Sporazuma i u prvim danima augusta počela izdavati Zahtjeve za vizu profesionalnim vozačima, na osnovu kojeg mogu doći do švicarske vize za boravak u trajanju do 90 dana u 180 dana. Jasno je da se radi o, nadam se, privremenom rješenju, jer za bezvizni režim za vozače koji obavljaju prijevoz na ili sa teritorije Švicarske potrebno je sistemsko i trajno rješenje, do kojeg se dolazi angažovanjem velikog broja institucija obiju država, uz što je moguće veću sinhronizaciju aktivnosti.

Slično se može posmatrati i primjer uspostavljanja i korištenja elektronskih dokumenata, gdje, npr. aktivnosti na uvođenju NCTS-a, u podmakloj fazi zaustavi nepostojanja elektronskog potpisa, a onda u rješavanju tog pitanja prepreka nastane kod njegove certifikacije. U takvim uvjetima, očekivanja i potrebe za, naprimjer, ratifikacijom Protokola o elektronskom CMR-u postaju puste želje.

Puno je primjera u kojima je rješavanje nekog pitanja jednoj od nadležnih

institucija prioritet, dok drugoj to pitanje nije u listi prioriteta. To je situacija koju smo imali i daleke 2001. godine kada je u Vanjskotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine bilo locirano interresorno tijelo – Nacionalni komitet za olakšice u trgovini i transportu – čiji je radni naziv bio BIHPRO komitet. Isti je djelovao u okviru Inicijative za saradnju u jugoistočnoj Evropi i pod okriljem Pakta za stabilnost u jugoistočnoj Evropi, na način na koji su postojala i djelovala identična tijela u zemljama jugoistočne Evrope. Iskustva iz tog perioda potvrđuju da je na sličan način nužno formirati slično interresorno tijelo kako bi se postigla istovremenost i jednakost u rješavanju otvorenih pitanja po utvrđenim prioritetima i rokovima.

Upravo iz tih razloga, inicijativa Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine za donošenje Odluke o uspostavljanju Odbora za olakšavanje transporta Bosne i Hercegovine, upućena Ministarstvu komunikacija i transporta Bosne i Hercegovine, čije se prihvatanje i prosljeđivanje Vijeću ministara Bosne i Hercegovine iščekuje, sasvim sigurno predstavlja realnu šansu za sistemsko i daleko brže rješavanje niza operativnih pitanja i otklanjanje barijera normalnom poslovanju u oblasti transporta, uz puno uvažavanje nadležnosti svakog organa i institucije u Bosni i Hercegovini.

Zijad Sinanović, dipl. ing. ■

Ispitivanje usaglašenosti prijedloga međunarodnih i međuentitetskih autobuskih redova vožnje

U skladu sa Pravilnikom o postupku usklađivanja i registracije redova vožnje, načinu i postupku izdavanja dozvole i obrascu dozvole, Komora od 7. 2. 2018. godine obavlja stručne i administrativne poslove ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje, pruža stručnu pomoć strankama i sačinjava detaljan izvještaj o prijedlogu reda vožnje koji je ispitivan

Pravilnikom o usklađivanju i registraciji međunarodnih i međuentitetskih autobuskih redova vožnje („Službeni glasnik BiH”, br. 77/14 i 7/15), koji je stupio na snagu 7. 10. 2014. godine, na Vanjskotrgovinsku komoru Bosne i Hercegovine preneseni su poslovi usklađivanja međunarodnih i međuentitetskih autobuskih redova vožnje.

Donošenjem Pravilnika o postupku usklađivanja i registracije redova vožnje, načinu i postupku izdavanja dozvole i obrascu dozvole („Službeni glasnik BiH“ broj: 7/18), koji je stupio na snagu 7. 2. 2018. godine, Komora obavlja stručne i administrativne poslove ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje, pruža stručnu pomoć strankama i sačinjava detaljan izvještaj o prijedlogu reda vožnje koji je ispitivan.

Komora je posebnu pažnju posvetila organizaciji, efikasnom i zakonitom obavljanju prenesenih javnih ovlaštenja usklađivanja međunarodnih i međuentitetskih autobuskih redova vožnje, odnosno obavljanju stručnih i administrativnih poslova ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje, pružanju stručne pomoći strankama i sačinjavanju detaljnog izvještaja o prijedlogu reda vožnje koji je ispitivan.

Komora je, vodeći računa o načelu zakonitosti iz člana

4. Zakona o upravnom postupku Bosne i Hercegovine, navedenim pravilnikom i ostalim aktima koje su donijeli nadležni organi Komore, u periodu od dana primjene Pravilnika do 7. 2. 2018. godine vodila upravne postupke na rješavanju zahtjeva prijevoznika za usklađivanje autobuskih redova vožnje, dok od 7. 2. 2018. godine obavlja stručne i administrativne poslove ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje, pruža stručnu pomoć strankama i sačinjava detaljne izvještaje o prijedlozima redova vožnje koji su ispitivani.

Od dana stupanja na snagu Pravilnika (7. 10. 2014.) do 31. 7. 2019. godine, Komora je ukupno zaprimila 2.727 prijedloga redova vožnje, od toga 2.348 prijedloga međunarodnih redova vožnje i 379 prijedloga međuentitetskih redova vožnje. Od ukupnog broja zaprimljenih prijedloga redova vožnje, sa

31. 7. 2019. godine, okončano je 2.716 prijedloga redova vožnje (99,60%), od toga 2.339 prijedloga međunarodnih redova vožnje i 377 prijedloga međuentitetskih redova vožnje. U postupku ispitivanja prijedloga redova vožnje preostalo je 11 prijedloga redova vožnje (0,40%), od toga 9 prijedloga međunarodnih redova vožnje i 2 prijedloga međuentitetskih redova vožnje. Oni su trenutno u fazi **žalbenog** postupka i prosljeđeni su Ministarstvu komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine, tako da je okončanje ovih prijedloga redova vožnje moguće tek po okončanju žalbenog postupka.

U Registar usklađenih redova vožnje upisana su 1.102 reda vožnje za koje je izdato pravosnažno rješenje, od toga 992 međunarodna reda vožnje i 110 međuentitetskih redova vožnje, a u Registar prijedloga redova vožnje koji ispunjavaju uslove propisane Pravilnikom upisano je 156 redova vožnje, od toga 94 međunarodna reda vožnje i 62 međuentitetska reda vožnje.

Okončani prijedlozi redova vožnje su riješeni na način da je za 860 zahtjeva donesen zaključak o obustavi postupka, za 1.555 zahtjeva je doneseno rješenje o usklađenosti/neusklađenosti reda vožnje, dok su za 301 prijedlog redova vožnje napravljeni izvještaji o provedenom ispitivanju prijedloga redova vožnje.



Stručni i administrativni poslovi ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje

U skladu sa navedenim pravilnikom, Komora od 7. 2. 2018. godine obavlja stručne i administrativne poslove ispitivanja usaglašenosti prijedloga reda vožnje, pruža stručnu pomoć strankama i sačinjava detaljan izvještaj o prijedlogu reda vožnje koji je ispitivan.

Prijevoznici prijedloge međunarodnih redova vožnje dostavljaju Komori u periodu od 1. do 30. septembra, a prijedloge međuentitetskih redova vožnje u periodu od 1. do 30. aprila tekuće godine.

Prijedlozi međunarodnih redova vožnje se objavljuju na službenoj internetskoj stranici Komore najkasnije do 15. oktobra tekuće godine, a prijedlozi međuentitetskih redova vožnje najkasnije do 15. maja tekuće godine.

Izuzetno, objavu prijedloga međunarodnih redova vožnji za Republiku Srbiju, Republiku Hrvatsku i Crnu Goru Komora može obaviti i u drugim terminima, prethodno usaglašenim sa Ministarstvom komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine.

U roku od 15 dana od dana objavljivanja prijedloga reda vožnje, prijevoznik može osporavati objavljeni prijedlog međunarodnog reda vožnje u pogledu minimalnih vremena na zajedničkim stanicama/stajalištima, ukoliko posjeduje važeću dozvolu za red vožnje kojim osporava prijedlog međunarodnog reda vožnje, odnosno može osporavati objavljeni prijedlog međuentitetskog reda vožnje, ukoliko posjeduje važeće rješenje Ministarstva za red vožnje kojim osporava prijedlog međuentitetskog reda vožnje.

Komora, nakon ostavljenog roka za osporavanje, na svojoj službenoj internetskoj stranici objavljuje osporavane prijedloge redova vožnje, kao i redove vožnji kojima se prijedlog reda vožnje osporava.

Po obavljenom ispitivanju prijedloga reda vožnje, Komora sačinjava detaljan izvještaj o provedenom ispitivanju prijedloga reda vožnje koji je ispitivan.

Komora, potpisan i ovjeren izvještaj o provedenom ispitivanju prijedloga reda vožnje, sa pratećom dokumentacijom, dostavlja podnosiocu prijedloga reda vožnje, vodeći računa da se izvještaji dostavljaju istovremeno u zavisnosti od zemlje odredišta na prijedlogu

Dostavljanje prijedloga međunarodnih redova vožnje za 2019. godinu

U skladu sa članom 3. st. (1) i (3) Pravilnika, prijevoznici mogu dostaviti prijedloge međunarodnih redova vožnje (za sve države, uključujući Republiku Srbiju, Republiku Hrvatsku i Crnu Goru), u periodu **od 1. do 30. 9. 2019. godine.**

Prijedlozi redova vožnje dostavljaju se na propisanom obrascu (Prilog 1. Pravilnika) i **moraju biti** usaglašeni sa važećim Daljinarom sa relacijama i minimalnim vremenima vožnje u Bosni i Hercegovini objavljenim 12. 1. 2018. godine na internetskoj stranici Ministarstva komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine http://mkt.gov.ba/dokumenti/transport/cestovni_transport/registar_redova_voznje/default.aspx?id=6311&langTag=bs-BA.

Prijedlozi redova vožnje dostavljaju se Vanjskotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine, u zatvorenoj koverti, na adresu:

**Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine
Branislava Đurđeva 10
71000 Sarajevo**

sa naznakom **“NE OTVARATI - PRIJEDLOG MEĐUNARODNOG REDA VOŽNJE”**

Kada je prijedlog reda vožnje upućen poštom, preporučeno, dan predaje pošti smatra se danom predaje Komori.

Dostavljene prijedloge međunarodnih redova vožnje Komora će objaviti na svojoj internetskoj stranici najkasnije do 15. oktobra 2019. godine.

međunarodnog reda vožnje, odnosno istovremeno za sve prijedloge međuentitetskih redova vožnje.

Ukoliko je prijedlog reda vožnje osporavan, izvještaj se u kopiji (Co) dostavlja i prijevoznicima koji su osporavali prijedlog reda vožnje.

Na zahtjev Ministarstva, Komora dostavlja izvještaj o provedenom ispitivanju u elektronskom obliku sa svim prilogima u PDF formatu.

Postupak usklađivanja prijedloga reda vožnje

Postupak usklađivanja prijedloga reda vožnje pokreće se na osnovu zahtjeva prijevoznika koji se podnosi Ministarstvu, uz koji se obavezno dostavlja i izvještaj Komore o provedenom ispitivanju.

Za prijedlog međuentitetskog reda vožnje, kod kojeg na redu vožnje ima više od jedne stanice/stajališta u entitetu/Brčko distriktu Bosne i Hercegovine, uz zahtjev za usklađivanje, pored izvještaja Komore, dostavlja se i dokaz da je dio reda vožnje u entitetu/Brčko distriktu BiH prethodno usklađen sa propisima na snazi u entitetu/Brčko

distriktu BiH.

Postupku usklađivanja međunarodnih redova vožnji ne podliježu redovi vožnji koji su upisani u Registar Ministarstva na kojima se vrše izmjenne kooperanta, graničnog prijelaza, te se predlažu izmjene koje se ne odnose na stanice u odlasku iz Bosne i Hercegovine i ne uvode se nove stanice na redu vožnje, kao i redovi vožnje gdje dolazi do skraćivanja postojećeg reda vožnje i smanjenja broja dana održavanja istog, brisanja stanica na redu vožnje, spajanja redova vožnji koji imaju zajedničku početnu i ciljnu stanicu, pri čemu se ne otvaraju nove relacije i ne mijenja režim održavanja.

Postupku usklađivanja međuentitetskih redova vožnji ne podliježu redovi vožnji koji su upisani u Registar Ministarstva na kojima se vrše izmjenne kooperanta, brisanja stanica/stajališta, kao i redovi vožnje gdje dolazi do skraćivanja postojeće linije i smanjenja broja dana održavanja iste.

Pripremio:
Mihrudin Mujkić ■



Bez čega najbrže ostanete na skladištu (II dio)

U prošlom broju Infokoma smo počeli govoriti o prostoru kao onome bez čega najbrže ostanemo na skladištu. Također, govorili smo o tome da je najbitniji dio modernog skladišta prostor za manipulaciju u kojem je pak, najvažniji dio komisiornica ili piking zona

PROSTOR ZA KOMISIONIRANJE

Komisiornica ili piking zona je jedan od najbitnijih dijelova skladišta i prostor koji mu daje najveću dodatnu vrijednost. Ovdje se spremaju nalozi za kupce i o brzini i točnosti kojom se odradi ovaj posao ovisi razina usluge koju im pružamo.

Komisiornica, u svom *najčišćem* obliku, je poseban dio skladišta u kojem se drže načete palete svih artikala i sa kojeg se izvršavaju nalozi kupaca. Kada se potroši ukupna količina određenog artikla daje se nalog za nadopunu koja se vrši iz dijela skladišta gdje se drže pune palete i rezervne količine.

Često se komisiornica poklapa sa prostorom za spremanje robe, odnosno

prostorom gdje skladištari komisioriraju sa cijelog skladišta. Do toga dolazi namjerno i nenamjerno. Namjerno je, naprimjer, kod 3PL logističkih pružatelja usluga koji imaju jako puno robe koja stalno izlazi i ulazi pa bi bilo gubljenje vremena nadopunjavati pozicije. Da bi se povećala efikasnost ovog sustava potrebno je skoro svakodnevno (ili svako noćno) raditi tzv. defragmentaciju skladišta. Defragmentacija skladišta je nešto slično kao i defragmentacija diska na kompjutoru. S obzirom na to da se roba vodi preko sustava za upravljanje skladištem (WMS), roba se sprema na prvo slobodno mjesto i pri tom ona nije složena na način koji bi bio logičan s obzirom na njenu frekvenciju izlaza. Zato se na kraju radnog dana po-

krene automatski sustav defragmentacije koji premješta frekventniju robu na donje (bliže) pozicije, a manje frekventnu robu na udaljenije ili više pozicije. Ovo je zahtjevan posao, ali ga uz sustav koji radi naloge automatski mogu odraditi svega nekoliko radnika tijekom smjene u kojoj se ne radi operativno.

U nekim skladištima se komisiorira samo sa donjih pozicija (nulta, prva i eventualno druga) koje operateri mogu dosegnuti rukom. Proces ide tako da se nadopuna vrši sa gornjih policia ili pozicija kada se isprazne donje police. Isto tako, ako je narudžba veća od cijele paleta nekog proizvoda, roba se isporučuje sa rezervne pozicije kako bi se izbjegla nadopuna u piking zoni.

U dosta rijetkim slučajevima postoje

i po dvije komisijirnice. To je slučaj u nekim visoko regalnim skladištima s robotskim upravljanjem. U ovakvim skladištima problem može predstavljati konsolidacija naloga iz dvije komisijirnice. U jednom konkretnom slučaju, dodatnu komplikaciju predstavljala je činjenica da između dvije komisijirnice nije bilo izravne veze nego je trebalo dati nalog robotu da robu prebacuje preko onog dijela skladišta sa kojeg se roba povlači tako da je promet zagušivao robotske dizalice.

CROSS-DOCKING ZONA

Cross-docking je model koji je prvi osmislio i počeo koristiti Walmart a funkcionirao je u distributivnim centrima na koje su dolazile velike količine robe, i to u šleperima. Ovo je model manipulacije u skladištu kada se umjesto uobičajenog procesa koji ima putanju zaprimanje=>odlaganje=>izuzimanje=>otprema radi direktno zaprimanje=>otprema. Dakle, roba se ne odlaze u zonu za spremanje robe jer postoje već poznati kupci i nalozi za tu robu te se ona sortira i otprema u manjim vozilima prema kupcima ili poslovnica. Na ovaj način se postiže velika ušteda vremena i ostalih resursa kod odlaganja i izuzimanja.

Pretpostavke za korištenje ovog načina rada u skladištu su visoko frekventni proizvodi koji imaju stalna odredišta (bilo da su to stalni kupci ili vlastite poslovnice i dućani). Isto tako, potreban je prostor na kojem se može napraviti ova manipulacija i sortiranje te informatički sustav koji će moći iz robe koja je tek na ulazu ili u prijemnoj zoni napraviti otpremne naloge.

Iako je Walmart ovaj sustav primjenjivao za skoro svu svoju robu, on se može koristiti samo za određene artikle. To znači da je kod artikala koji imaju stalne naloge za izlaz moguće predvidjeti i kreirati naloge već na osnovu ulaznih naloga te iste robe. I iz tog razloga je potrebno imati cross-docking zonu kako bi se manipulacija iskrcaavanja, zaprimanja, sortiranja i otpreme mogla odraditi nesmetano i neovisno od ostale robe i manipulacije.

Ulazno/izlazne rampe (dokovi)

Već sam spomenuo da neki poduzetnici pristupaju projektiranju skladišta

kao projektiranju neke šupe ili štaglja za odlaganje sijena - naprave četiri zida i vrata. Kod jednog mog klijenta je potreba za izgradnjom novog skladišta bila akutno izražena već nekoliko godina. Kada je nacrt konačno napravljen, pitao me je što mislim. Ja sam mu dao nekoliko kratkih napomena, između ostaloga i da bi trebao ostaviti više prostora za manipulaciju i odvojiti prijemi i otpremni dio te da bi trebao imati odvojen ulaz i izlaz. Međutim, zbog recesije i smanjenog obima poslovanja, klijent je u novo skladište investirao tek nakon nekoliko godina i renovirao ga prema originalnom projektu, bez intervencija koje sam sugerirao. Nažalost, od tada ima problem sa prenatrpanim ulazom/izlazom. Naprosto, radi se o tome da dvije stvari ne mogu biti istovremeno na istom mjestu i zato je dobro imati odvojen ulaz i izlaz.

U jednom drugom skladištu su također koristili relativno mali prostor i jedan ulaz/izlaz pa su organizaciju i sve procese morali tome prilagoditi. Prilagodba je išla tako da se otprema robe vršila do 14:00, a prijem robe i punjenje skladišta nakon 14:00 sati. Ovo rješenje je dobro u konkretnom slučaju kao što je bio ovaj jer se koristilo još jedno vanjsko skladište na kojem se zaprimala roba od dobavljača pa se onda interno punilo ovo, zapravo priručno, skladište. Ali, iako je bilo moguće organizirati posao na ovaj način, u slučaju da roba dolazi izravno na ovo skladište puno bi teže bilo natjerati sve dobavljače i prijevoznike da dolaze u drugoj smjeni.

Da rezimiramo:

- osnovni zahtjevi za ulazno/izlazne rampe ili dokove je da prijem i otprema budu odvojeni, i to po mogućnosti na različitim krajevima skladišta;
- drugi jednako važan zahtjev je da na tim zonama ima dovoljno mjesta za odlaganje robe. Za određivanje veličine prostora ulaza i izlaza treba analizirati koje su prosječne i maksimalne količine robe koje dolazi i odlaze te osigurati dovoljan prostor za odlaganje, ulaznu kontrolu i sortiranje kod prijema te odlaganje komisijirane robe, izlaznu kontrolu i utovar kod otpreme robe.

Pakirnica

Mjesto za pakiranje je danas nezaobilazan dio skladišta iz više razloga. U zadnjih desetak godina došlo je do zna-

čajne promjene u strukturi transakcija koje odlaze sa skladišta. Naime, narudžbe kupaca su se usitnile i naručuje se sve manje količine. Ako su se nekada naručivale palete nekog materijala danas se naručuju kutije, a ako su se naručivale kutije danas se naručuju komadi. Ova pojava je vidljiva u svim industrijama od prehrane i pića do neprehrambenih proizvoda i farmaceutike. Nerijetko, postoje slučajevi u veletrgovinama i distributerima lijekova da neke ljekarne naručuju po jednu ili dvije kutijice nekog preparata više puta na dan. Dakle, ovaj fenomen ima nekoliko posljedica, a jedna od njih je i ta da je potrebno konsolidirati isporuke sa različitim artiklima za određenog kupca te ta konsolidirana isporuka mora biti dobro zapakirana kako bi roba došla u ispravnom stanju na odredište.

Ovisno o industriji i vrsti robe, postoje razne vrste pakirnica, od ručnih do poluautomatskih i automatskih. Svima je zajedničko da trebaju određeni prostor koji bi logički trebao biti smješten negdje između prostora za komisijiranje i mjesta za odlaganje za otpremu prema rutama.

Pakiranje je jedna od aktivnosti i faza u procesu otpreme robe koja je, u principu, dosta jednostavna i u većini skladišta je odrađena solidno. Postoje određena pravila pakiranja koja se trebaju zadovoljiti već u trenutku komisijiranja i onda je posao na pakirnici puno jednostavniji. Dakle, treba paziti da se glomazne i teže artikle stavlja na dno, a sitnije i lakše na vrh. Ovisno o procesu, zajedno sa robom treba zapakirati i dokumente o količini robe i, u nekim slučajevima, zalijepiti transportnu naljepnicu. Iako većina koristi prozirnu foliju za zamatanje robe, u nekim slučajevima se koristi i neprozirna folija koja ima za cilj sakriti sadržaj pošiljke ili onemogućiti da se neprimjetno doli-ja ošteti i kasnije na isti način zamota. U tu svrhu se koriste i označene ljepljive trake.

Zona nesukladne robe

Povratna logistika i povrati robe od kupaca čine sve veći postotak u današnjim skladišnim operacijama. Prema istraživanjima, u Americi se za vrijeme sezone na kraju godine napravi čak 40-60% ukupne godišnje prodaje, a nakon božićnih blagdana se na skladišta preko dućana vrati šezdeset posto te količine.



Isto tako, s porastom on-line prodaje povećava se stopa povrata na skladište i time pritisak povratne logistike na procese u skladištu.

Povratna logistika je posebna tema koja zaslužuje da se o njoj nešto kaže, ali želio bih napomenuti da se zbog sve većeg povrata robe povećava i količina nesukladne, odnosno oštećene robe. Vrijedi pravilo da se povećava vjerojatnost oštećenja i drugih oblika gubitka uporabne vrijednosti što je više manipulacije robom. U ovim, kao i ostalim slučajevima oštećenja u skladištu, potrebno je da sva roba koja nije 100% ispravna i koja se ne može upotrijebiti bez dodatne intervencije (prepakiranja, dorade i sl.) ima svoje mjesto, odvojeno od ostale robe. Nije dovoljno da se takva roba po dolasku na skladište odloži na policu dok ne smislimo što ćemo ili dok ne uhvatimo vremena da se nje pozabavimo. Time se treba pozabaviti odmah i prema točno određenoj proceduri.

Tijekom trajanja sveukupne procedure (računovodstvene, prodajne, proizvodne ili logističke) ta roba ne smije stajati zajedno sa ostalom robom iz nekoliko razloga:

- ako ju ne sklonimo na posebno mjesto, postoji opasnost da ju otpremimo kupcu kao ispravnu i time riskiramo dodatnu reklamaciju, manipulaciju i troškove te gubitak dobrog glasa;
- iako je ta roba na stanju kao ispravna, osobe koje se brinu o zalihama će

misлити da ne treba naručiti novu robu jer ovu vide na stanju i na taj način možemo doći u „stock-out“ situaciju;

- velika je vjerojatnost da ćete zaboraviti na robu i da ćete ju detektirati tek na sljedećoj inventuri kada ćete morati proći cijeli postupak detektiranja i manipulacije ponovo, što je gubitak vremena i resursa.

Iz svih ovih razloga treba imati posebno mjesto za nesukladnu i neispravnu robu koja će nas podsjećati da je se moramo rješavati na vrijeme.

Mjesto za odlaganje smeća i otpada

Ako nemate posebno mjesto za odlaganje otpada onda ćete ga naći svuda oko vas. To vrijedi i za skladište. U skladištu se proizvodi nekoliko vrsta otpada i to možemo predvidjeti s velikom sigurnošću. U jednom skladištu sam primijetio da je po spremnicima (pozicijama) na kojima je smještena roba jako veliki nered i ostaci kartonskih kutija i najlonskih folija. Kada sam pitao voditelja skladišta zašto je taj otpad ostao na pozicijama a nije odložen na posebno mjesto, spremno je odgovorio da prva smjena ima zadatak da što prije izbaci robu prema kupcima. Posljedica toga je veliki nered, jer radnici iz prve smjene nemaju vremena za pospremanje. To će učiniti radnici iz druge smjene. Međutim, pri tome se zaboravlja da veliku većinu

slučajeva kada se roba ne može naći na poziciji na kojoj treba biti prouzrokuje upravo ovaj nered. Isto tako, vrijeme za pronalazak robe se multiplicira dok se operateri probijaju kroz naslage kartona na pozicijama.

Dakle, vrlo jednostavno, treba odrediti točke u skladištu sa kontejnerima na kojima će se sakupljati iskorišteni kartoni, folije i slomljene palete. Isto tako, treba uvesti sustav da onaj koji je uzeo zadnji komad iz kutije mora kutiju odnijeti na otpad. Stvar je vrlo jednostavna, jer su urednost i čistoća preduvjet bilo kakvom razgovoru o produktivnosti na skladištu.

Prostor za prazne palete

Još jedan dio skladišta koji trebamo predvidjeti je prostor za prazne palete. Kroz skladište prolazi velika količina paleta, jer roba dolazi i odlazi na paleta i one se nalaze posvuda. Zapravo, one bi se trebale nalaziti samo na određenom mjestu koje je za njih namijenjeno. Ako imamo specijalno mjesto za prazne palete onda ih nećemo nalaziti po cijelom skladištu i one neće smetati kretanju ljudi i viličara. Isto tako, kada nam treba paleta znamo gdje ćemo je potražiti.

Antonio Zrilić ■
LOGIKO CONSULTING

MOJ PROIZVOD

PROMOCIJA GOSPODARSKOG SEKTORA U BiH



PROJEKT „MOJ PROIZVOD“

Promocija potencijala bh. gospodarstva

U suradnji s partnerima projekta: Vanjskotrgovinskom komorom Bosne i Hercegovine i Udruženjem poslodavaca u Federaciji Bosne i Hercegovine, čitatelji Dnevnog lista imaju priliku da, svakog četvrtka, čitaju poslovne priče bh. gospodarstvenika o potencijalima domaćeg gospodarskog sektora

Dnevni list već četiri godine zaredom promovira bosanskohercegovački gospodarski sektor pod nazivom *Moj proizvod*. Od 2015. godine do danas, kroz projekt *Moj proizvod* predstavljeno je preko 300 bh. poduzeća.

Ispričane poslovne priče najbolji su reprezent bh. gospodarstva u regiji i svijetu.

Selma Dandić, voditeljica projekta *Moj proizvod*, ističe da je jedan od ciljeva projekta da kroz konkretne primjere pričamo o problemima s kojima se u svom radu svakodnevno susreću gospodarstvenici.

„Projektom *Moj proizvod* nastojimo prezentirati bolju, pozitivniju i ljepšu stranu Bosne i Hercegovine koja je fokusirana na gospodarski rast i razvoj. Naš fokus u 2019. godini, osim na pozitivne poslovne priče, će biti usmjeren i na probleme s kojima se suočavaju gospodarstvenici kao i moguće načine njihovog rješavanja, a sve s ciljem poboljšanja poslovnog ambijenta BiH i kreiranja pozitivne slike u javnosti o gospodarskom sektoru naše zemlje“, rekla je Dandić.

Aktivnosti u okviru projekta *Moj proizvod*

Dnevni list je, u suradnji s partnerima i sponzorima projekta, do sada organizirao 7 događaja s ciljem poslovnog povezivanja gospodarstvenika, ali i s ciljem pridobivanja pozornosti javnosti o potencijalima gospodarstva naše zemlje. Osim događaja, planirano je održavanje panel-diskusija. Prva organizirana panel-diskusija bila je na temu „Kuda ide privredni sektor BiH? Problemi i rješenja“.

Zainteresirani za sudjelovanje u projektu *Moj proizvod* (Dnevni list) mogu se javiti Selmi Dandić, voditeljici projekta, na e-mail adresu selma.dandic@gmail.com.

**Dnevni
list**

vaša dnevna novina

Pametni gradovi: prvi korak za pametno društvo

U prethodnom broju smo govorili o digitizaciji, digitalizaciji i digitalnoj transformaciji, napravili jasnu distinkciju između tih pojmova i demistifikovali značaj tih procesa za globalnu zajednicu, ali i osvrnuli se na navedene procese i poziciju Bosne i Hercegovine u uslovima aktuelnog poslovnog ambijenta. Prirodni nastavak započete priče je razrađivanje tog okvira u pravcu praktičnih aplikacija i poslovnih prilika za poslovne subjekte, ali i agilne individualce koji posjeduju vještine i sposobnosti za kreativan i inovativan rad. U cijelom nizu mogućih aplikacija, od posebnog interesa su one aplikacije informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT) na procese koji mobilišu ili efektuju širu populaciju, a prioritetni su oni koji ne utiču samo na poslovne procese nego i na svakodnevni život običnih građana. Zbog toga ćemo u ovom broju predstaviti koncept *pametnog grada*, kao kompleksni sistem javnih servisa i upravljanja infrastrukturom, planiranja izgradnje, održavanja i unapređenja sa ciljem da se u konačnom postigne maksimalno zadovoljstvo građana, koji su korisnici tih sistema.

U ovom broju ćemo definisati šta je to *pametni grad* (engl. Smart City), zašto nam konvencionalni način upravljanja gradom, njegovim servisima i generalno načinom života u urbanoj sredini u 21. vijeku ne mogu odgovoriti zadaćama i zašto moramo uvesti IKT rješenja u ovo područje.

Koncept pametnog grada

Iz ugla inženjerskog svijeta, posebna je privilegija živjeti profesionalnu karijeru na početku 21. vijeka u period ekspanzije interneta, digitalne transformacije i uvođenja inteligentnih samoregulišućih koncepata. Primjera je bezbroj, od slengova engleskog jezika *Internet of Things*, *Big Data*, do pojmova vještačke inteligencije, mašinskog učenja, napredne robotike i kooperacije robot-čovjek, sve do ideje samovozećih automobila. U nepreglednom moru mogućih aplikacija, neprimjetno se među prioritetima nametnulo pitanje pametnih gradova, vješto upakovano u Cilj 11 u Agendi održivog razvoja Ujedinjenih nacija (Agenda 2030), nazvan Održivi gradovi i zajednice. Kasnije ćemo vidjeti da ovaj termin označava i nešto širi pojam u odnosu na pojam *pametnog grada*.

Koncept pametnog grada nametnuo se kao neizbježna platforma za implementaciju *Internet of Things*, *Big Data* i generalno prostor za instalaciju masovnih senzorskih mreža koje treba da kvantifikuju procese i veličine u jednoj

urbanoj sredini. Motivacija za ovakav pristup leži u procjeni Ujedinjenih nacija da će se, umjesto 55% svjetske populacije koja danas živi u gradovima, to učesće povećati na najmanje 68% u 2050. godini, što će značajno otežati planiranje i izgradnju prateće infrastrukture: saobraćajnica, javnog prevoza, parkinga, vodosnabdijevanja, odvoza smeća i ostalih javnih servisa.

Ali, prije nego što nastavimo priču o novom konceptu urbanog življenja, znamo li šta je to *pametni grad*? Za sada ne postoji jedinstvena definicija ali prijedlog definicije koju su predložile Ujedinjene nacije se najčešće uzima kao referentna i prilično je jednostavna široj populaciji. Prema njoj, *pametni grad* je kompleksni sistem koji uvodi IKT rješenja da bi unaprijedio postojeće i buduće javne servise grada i ukupne performanse poslovnih procesa u urbanoj sredini, kao što su upravljanje energijom i transportom, uz smanjenje potrošnje resursa, smanjenje zagađenja, unapređenje upravljanja otpadom, a sve sa ciljem povećanja ukupnog zadovolj-

stva građana i kvaliteta života i življenja (što je skup objektivnih mjerljivih parametara, o čemu ćemo govoriti kasnije).

Pojava pametnih gradova poklopila se sa ulaskom u 4. industrijsku revoluciju kada polako napuštamo digitalnu i prelazimo u informacijsku eru, gdje su u centru poslovnog modela podaci, njihovo prikupljanje i spašavanje te analiza i sticanje dodatnih znanja koja se onda lako pretvaraju u dodatnu vrijednost. Na taj način došlo se i do pojma *velikih podataka* (engl. *Big Data*) koji predstavlja novi pristup prikupljanju i obradi podataka. Ukratko, *veliki podaci* podrazumijevaju iskorak u smislu napuštanja konvencionalnih struktuisanih tabeliranih prikaza podataka u bazama podataka. Sada se podaci prosto smještaju u sirovoj formi a kasnije se nad njima pokreću napredni algoritmi analize, tako da se i naizgled i nama logički nepovezani podaci mogu učiniti korelisanim i tako da možemo izgraditi prediktivne modele. Da bi prethodno objašnjenje bilo razumljivije, poslužićemo se jednostavnim primjerom u kojem izgled i tip hrane koju ćemo danas odabrati nema direktnu i uočljivu poveznicu sa stanjem vremena. Praćenjem ponašanja ljudi i korelacijom sa vremenskim parametrima temperature, vlage i padavina, utvrdili smo da kišnim danima, građani povećaju unos mesnih proizvoda za 37%. Naizgled dva nepovezana događaja mogu se primjenom mašinskog učenja i vještačke inteligencije učiniti korelisanim, a benefiti koje dobijamo na ovaj način mogu se ogledati u pravilnom planiranju resursa. Npr. kada je najavljen kišni dan, restorani i mesnice mogu povećati svoje zalihe za odgovarajući procenat, omogućavajući građanima dostupnost proizvoda i njihov kvalitet, uz pretpostavku da pametnim planiranjem prave zalihe svježih proizvoda.

Ovakvih primjera možemo navesti

i više, ali ćemo prepustiti mašti čitaoca da procjeni da li postoji korelacija između raspoloživosti sredstava javnog prevoza ili intenziteta punjenja kontejnera za otpad sa nekim drugim, uslovno rečeno *događajima* ili pojavama, što bi npr. u tom slučaju gradskoj upravi omogućilo da prediktivno djeluje i blagovremeno alocira adekvatna ljudska i materijalna sredstva. Neosporno, 21. vijek će biti vrijeme gdje će ova nova dodatna znanja biti u centru svakog poslovnog procesa i poslovnog modela. Dokaz da su podaci i znanje najveća vrijednost u modernom biznisu je kompanija Google, koja je poznata pretpostavljamo svakom od čitalaca.

Pametni gradovi i privatnost

Neupućenost i neukost su od antičkog doba bili uzrok otpora promjenama. U doba interneta i dominacije socijalnih mreža postalo je lakše nego ikada progurati netačne i lažne vijesti, stvarajući nemir i zabrinutost šire populacije, stvarajući otpor reformama i primjeni novih rješenja. Članci, koji se pojavljuju na temu zaštite privatnosti, problematike prikupljanja podataka, teorija zavjere o štetnosti 5G mobilnih mreža i slično uglavnom su generisani neprovjerenim objavama bez naučnog utemeljenja i vrlo često kao nepotpisani članci. U takvom ambijentu kreirane paranoje o *nelegalnom praćenju* važno je razjasniti nekoliko presudnih činjenica. Najprije, ne postoji primjer naučnog dostignuća u ljudskoj istoriji koje nije istovremeno i pomoglo ljudima a i napravilo štetu. Nažalost, mnogi rezultati naučnog rada su svoje prve aplikacije pronalazili u vojnoj industriji, a mnoga nikada nisu komercijalizovana jer nije pronađen poslovni model za njih (npr.

Teslin model besplatnog neograničenog napajanja električnom energijom cijele planete bežičnim putem, ali nije do danas razvijen način adekvatne naplate i mjerenja potrošnje).

U kontekstu izrečenog, ni koncept pametnog grada ni prikupljanje podataka o profilima ponašanja građana nije različit slučaj. Neosporno je da u ambijentu masovnog mjerenja i profilisanja ponašanja i navika ljudi na nekom geografskom području postoji prostor i za zloupotrebe. U ovom tekstu ćemo pretpostaviti da će razvoj ovih rješenja biti popraćen adekvatnim zakonskim i regulacionim okvirom i da će privatnost građana biti zaštićena. Zaista, uzmi-mo primjer pametnog javnog prevoza. Senzorski sistemi mogu pratiti i brojati putnike i trenutne potrebe građana za javnim prevozom u realnom vremenu, 24 sata 7 dana u sedmici tokom cijele godine, bez potrebe da individualno identifikuje putnike. Broj putnika je parametar koji omogućava gradskoj samoupravi, odnosno javnom preduzeću koje ima mandat gradske samouprave, da obavlja djelatnost javnog prevoza, da adekvatno planira raspoloživost sredstava javnog prevoza na određenom području, da adaptira linije prema potrebama istovremeno sa promjenom broja vozila i drugo. Ovaj proces optimizacije ljudskih i materijalnih resursa, prostim jezikom rečeno, omogućava da se optimalno adaptira broj putnika i broj vozila kao i njihova ruta kretanja kako bi se izbjegle pretjerane gužve u autobusima, tramvajima i trolejbusima, da se prevenira situacija gdje svi putnici na stanicima ne mogu ući u nekoliko uzastopnih vozila, čime se produžava vrijeme čekanja na stanicima, da se prevenira kretanje skoro praznih vozila uzaludno na mjestima i u periodima gdje za tim nema potrebe

itd. Osim finansijskih ušteda, primjena ovih rješenja doprinosi i smanjenju zagađenja, smanjenju saobraćajnih gužvi i u konačnom ukupnom povećanju zadovoljstva građana. Isto tako, osim prediktivnosti uobičajenih ruta (npr. pravac kretanja ljudi iz rezidencijalnih u poslovnu zonu ujutro i povratak sa posla popodne), praćenjem rasporeda važnih događaja, npr. sportskih i kulturnih, uobičajeni obrazac kretanja ljudi se mijenja te je moguće adekvatno odgovoriti u kratkom roku i na potrebe za prevozom u takvim situacijama.

Dali smo primjer javnog prevoza, ali se model optimizacije na bazi raspoloživih podataka može proširiti i na druge servise, kao što je odvoz otpada, vodosnabdijevanje i drugi.

Pametni gradovi i poslovni potencijal u BiH

U globalnim razmjerama, koncept pametnih gradova je na samom početku i praktično ne postoji niti jedna urbana sredina koja bi bila primjer potpune konverzije konvencionalnih servisa u *pametne*. U tom kontekstu, Bosna i Hercegovina ne kasni za ostatkom svijeta i našim privrednim subjektima, posebno u IKT sektoru, se pruža prilika da se odlučnim zaokretom u pravcu razvoja savremenih rješenja nametnu na domaćem i regionalnom tržištu, ali sa jasnim potencijalom da dostignu određene uspjehe i na globalnom nivou. Prije svega, prvi korak prema uspjehu je odluka kako samih učesnika tržišne utakmice tako i drugih donosilaca odluka na lokalnom nivou da se stvori ambijent koji bi bio afirmativan za realizaciju projekata iz sfere pametnih gradova u urbanim bh. sredinama.

U tom smislu, BiH je napravila značajne iskorake. Na području grada Istočno Sarajevo i opštine Istočna Ilidža realizovan je projekt *Pametne javne rasvjete*, kao dio projekta EU Med Esmartcity koji je realizovala Gradska razvojna agencija Istočno Sarajevo (RAIS). Uspješnom realizacijom ovog projekta, BiH je postala prva država zapadnog Balkana koja je u rad pustila servis pametnog grada u potpunosti, gdje su centri za skupljanje i obradu podataka uspostavljeni kako u gradu Istočno Sarajevo tako i opštini Istočna Ilidža. Sam sistem se samoreguliše i trenutno postiže uštede od 47% električne energije u odnosu na kon-



Slika 1: Svijet tehnologija u informacijskoj eri i doba 4. industrijske revolucije

vencionalni sistem javne rasvjete, uz trend povećanja stepena uštede od 1% mjesečno u ovom trenutku. Sam pilot-projekat je realizovan u šetačkoj zoni Dabrobosanske ulice i ne obuhvata veliko geografsko područje, ali je odličan primjer za demonstraciju efekata ovog sistema i ukupnih potencijala servisa pametnog grada koji će se u budućnosti realizovati u gradu Istočno Sarajevo i u ostatku Bosne i Hercegovine. Svakako, Istočno Sarajevo i RAIS planiraju učesće u drugoj fazi ovog EU projekta ali i stvaranja javno-privatnog partnerstva sa privrednim subjektima sa ciljem da se slični servisi uspostave i u drugim dijelovima grada Istočno Sarajevo.

Postojanje ovih podataka omogućava da se kreira i platforma za dostupnost *otvorenih podataka* (engl. *Open Data*), što znači da će podaci koji se prikupljaju biti javno dostupni, prije svega preduzetnicima koji dalje mogu razvijati svoje aplikacije nad podacima u vlasništvu grada.

Grad Istočno Sarajevo, prema aktuelnim trendovima, ne bi trebao biti usamljen u ovim rezultatima još dugo. U organizaciji UNDP-a u BiH, u saradnji sa gradom Sarajevom, pokrenuta je inicijativa CityMindLab za skupljanje prijedloga i procjenu potencijala domaće IKT industrije za rješavanje izazova u javnim servisima u gradu Sarajevu. Realizacija prvih pilot-rješenja u Sarajevu je najavljena do decembra 2019. godine.

U fazi pripreme projektne dokumentacije za prve servise pametnog grada je i grad Banja Luka. Tako je opisan sporazum između grada Banja Luka, Univerziteta u Banjoj Luci i Elektrotehničkog fakulteta Banja Luka

te nekoliko privrednih subjekata koji bi trebali u ovoj i idućoj godini intenzivno raditi na kreiranju vlastitih rješenja za razne servise grada i pokrenuti implementaciju istih.

Pametni gradovi za pametno društvo

Evolucija tehnologija i ulazak u 4. industrijsku revoluciju (Industrija 4.0) nametnula je paralelno i diskusije o daljem pravcu razvoja ljudske civilizacije. Agenda 2030 održivog razvoja Ujedinjenih nacija i EU Digitalna agenda 2020 odredili su okvir za dalje aktivnosti u ovoj i početku iduće decenije. Ambicije nisu stale na digitalizaciji, digitalnoj transformaciji i naprednoj automatizaciji, nego se kontekst uvođenja tehnologija proširio i na sveobuhvatnu transformaciju društva i stila življenja u urbanim sredinama. Pametni gradovi, na način kako su definisani, neće ispuniti sve ambicije koje su zacrtane, pa se brzo kreirao i pojam *reaktivnih gradova* (engl. *Responsive Cities*) a u konačnici i *održivih gradova* (engl. *Sustainable Cities*) kao dio vizije Cilja 11 iz Agende 2030 o Održivim gradovima i zajednicama (engl. *Sustainable Cities and Communities*). Ciljevi, koji se postavljaju pred urbane centre, su smanjenje gubitaka u raspolaganju resursima, optimizacija njihove upotrebe pojeftinjenjem života u gradu i istovremenim smanjenjem potrošnje prirodnih resursa, kao i smanjenje štetnih efekata po životnu sredinu (npr. reciklaža otpada i ponovno korišćenje).

Argument da se u ove procese može i treba ući je postojanje jasnog i neospornog poslovnog modela, gdje je po-



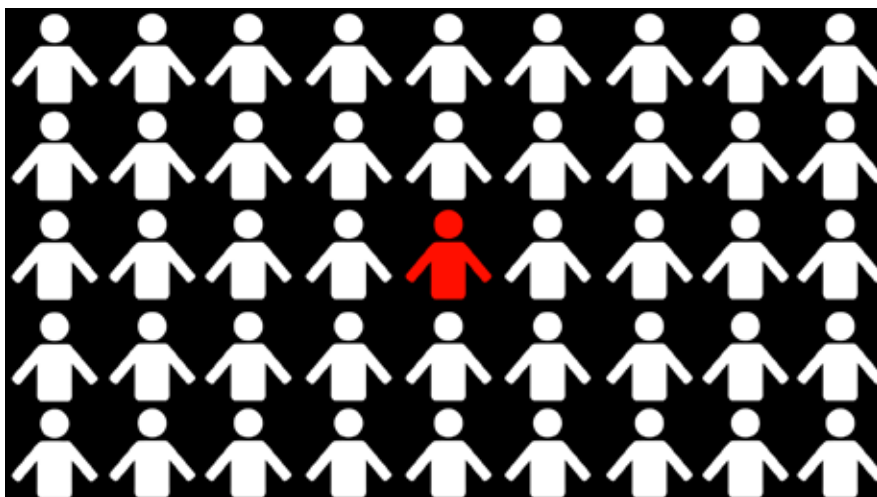
Slika 3: Ciljevi održivog razvoja UN-a, Cilj 11 – Održivi gradovi i zajednice

vrat investicije u ova rješenja praktično siguran, a vrijeme povrata varira od 2 do 7 godina, zavisno o kojem se servisu pametnog grada radi. Kroz dugoročne planove, ovo obezbjeđuje da se uštedeni novac usmjeri na izgradnju dodatnih servisa i infrastrukture, ali i parkova, škola i drugih objekata od značaja za građane. Kao dodatni argument na možda ne najbrže vrijeme povrata investicije svakako su i sekundarni ali u pozadini i najvažniji benefiti oslikani u smanjenju svjetlosnog i zvučnog zagađenja, smanjenja zagađenja vazduha, uštede vremena i mnogi drugi manje ili više očigledni benefiti.

Ušteda vremena, novca, ljudskih, materijalnih i prirodnih resursa trebalo bi da kumulativno promjeni i stanje svijesti prosječnog građanina, čineći ga efikasnim i odgovornim. Takav koncept treba da nas vodi prema novoj 5. industrijskoj revoluciji koja će biti i mnogo više od puke promjene industrijskog ambijenta i tehnološkog napretka. Ona bi trebala da korjenito promjeni odnos prema životnoj sredini i planeti uopšte, ali i da ravnomjerno i odgovorno rasporedi resurse i time smanji rizik od izbijanja sukoba u svijetu u borbi za resurse i uticaj, što je sve sadržano u terminu *Društvo 5.0* (engl. *Society 5.0*), gdje pametni gradovi i pametne tehnologije svoju svrhu pronalaze u kreiranju nekog boljeg svijeta za nove generacije koje dolaze.

Aleksandar Mastilović
stručni savjetnik generalnog direktora
Regulatorne agencije za komunikacije BiH

IEEE Publications Services and
Products Board, član



Slika 2: Biti drugačiji je uredu, BiH nema razloga da ne bude među liderima u oblasti pametnih gradova



Gradska razvojna agencija Istočno Sarajevo (RAIS)

Gradska razvojna agencija Istočno Sarajevo (RAIS) uspostavljena je 2009. godine kao aktivan odgovor gradskih vlasti na rastuće izazove i potrebe integrisanog lokalnog razvoja u gradu Istočno Sarajevo i njegovim opštinama. Predstavlja razvojnu agenciju neprofitnog karaktera osnovanu u cilju promocije, koordinisanja, planiranja i sprovođenja razvojnih aktivnosti na području grada Istočno Sarajevo. Ima ulogu svojevrsnog instrumenta za stvaranje razvojne mreže na području grada Istočno Sarajevo putem koje se identifikuju pojedinačne potrebe svake od šest opština, njihova međusobna povezanost, kao i projekti od značaja za grad u cjelini. Svojim djelovanjem nastoji ispuniti misiju za koju je i osnovana, a to je stvaranje pozitivnog poslovnog okruženja uz postizanje ravnopravnog ekonomskog razvoja svih šest opština u sastavu grada Istočno Sarajevo, kroz saradnju sa domaćim javnim, privatnim i NVO sektorom, kao i međunarodnim organizacijama. S tim u vezi, cilj agencije je da priprema i implementira relevantne projekte, organizuje stručne seminare i radionice te da aktivno pruža informacije o neiskorištenim privrednim potencijalima i prirodnim resursima, procedurama za registrovanje preduzeća, objavljenim javnim pozivima za dostavljanje projektnih prijedloga, kao i drugim mogućnostima finansiranja. U skladu s postavljenim ciljevima, prioritetne aktivnosti Agencije su: strateško planiranje, priprema i upravljanje razvojnim projektima, razvoj privrede, ljudskih resursa i NVO sektora te promocija i privlačenje investicija. Osim toga, Agencija kontinuirano informiše privatni i javni sektor o pozitivnim praksama i mogućnostima za učešće u raznim programima i projektima. Na taj način se poslovno povezuju lokalna preduzeća sa potencijalnim novim tržištima.

U cilju podsticanja zajedničkih razvojnih projekata kroz prekograničnu i međunarodnu saradnju, Agencija je identifikovala i uspostavila uspješnu saradnju sa ključnim akterima na lokalnom nivou te sa međunarodnim institucijama i organizacijama, što joj omogućava da kvalitetnije promoviše grad Istočno Sarajevo, ali i regiju u cjelini, putem široke mreže organizacija i institucija.

Kada je riječ o pripremi i provođenju programa i projekata, Agencija predstavlja *centralnu tačku* za sve opštine, javne ustanove i preduzeća, NVO i privatni sektor, kojima je potrebna stručna pomoć u pripremi projektnih prijedloga, a često i u implementaciji po odobravanju.

Od osnivanja do danas Agencija je uspješno implementirala značajan broj projekata koji su finansirani većim dijelom iz donatorskih sredstava, pretežno iz sredstava EU, Vlade Švajcarske, grada Beča i drugih donatora i partnera, a u skladu s mogućnostima, Agencija je nekoliko projekata finansirala i sopstvenim sredstvima. Među projektima finansiranim sredstvima EU posebno su značajni: „GRASP“, „EQIWBC“, „EPIC“ i „ESMARTCITY“. Osim nesporne finansijske koristi, značaj pome-

nutih projekata ogleda se i u tome što pružaju mogućnost za uspostavljanje međunarodne mreže kontakata i saradnje sa međunarodnim organizacijama, jer samo na taj način, kroz saradnju i širenje mreže partnerstava, mogu se nadograditi sopstveni kapaciteti i tako doprinijeti sveukupnom razvoju grada Istočno Sarajevo, što u krajnjoj instanci i jeste uloga Razvojne agencije.

Zahvaljujući izuzetnoj saradnji sa Republičkom agencijom za razvoj malih i srednjih preduzeća, Agencija je, kao partner za Sarajevsko-romanijsku regiju, realizovala tri projekta u okviru programa „Prilika Plus“ kojeg je finansirala Vlada Švajcarske. Riječ je o projektima „COTON“, „Provođenje praktične nastave na radnom mjestu“ i „Gastrofokus“ čiji je cilj unapređenje procesa izvođenja praktične nastave u srednjim stručnim školama i preduzećima. Sam program „Prilika Plus“ bio je usmjeren na učenike koji u svom redovnom obrazovanju treba da steknu praktična znanja i na taj način aktivno se uključe na tržište rada. U saradnji sa Republičkom agencijom za razvoj malih i srednjih preduzeća i Sarajevskom regionalnom razvojnom agencijom, Agencija organizuje info dane i pruža tehničku pomoć privrednim subjek-



tima u pripremi njihovih aplikacija za program Challenge to Change – C2C.

S obzirom na to da je osnovni zadatak svih razvojnih agencija pa tako i Gradske razvojne agencije Istočno Sarajevo pokretanje inovacija, transfer znanja i kreiranje naprednih rješenja, koja će doprinijeti bržem ekonomskom, socijalnom i kulturnom razvoju i boljem kvalitetu života, Agencija je prihvatila poziv da se pridruži konzorciju evropskih partnera i učestvuje u pripremi i implementaciji projekta „ESMARTCITY“.

PROJEKAT „ESMARTCITY“

U saradnji sa devet partnera iz šest evropskih zemalja, Agencija trenutno implementira projekat „ESMARTCITY“ (eng. *Enabling Smarter City in the MED Area through Networking*) koji je odobren u okviru Interreg Med Programa 2014-2020. Konzorcij projekta osim Agencije čine: Abruzzo Region, Industrial Systems Institute, Research and Innovation Center ATHENA, Energy Agency of Granada, Energy and Environment Agency Arrabida, Region of Western Greece, Metropolitan City of Milan, Politecnico di Milano, Department of Electronics, Information and Bioengineering, Capenergies, INSA Lyon-National Institute of Applied Science. Riječ je o projektu čiji je opšti cilj unapređenje inovacionih kapaciteta gradova u mediteranskom području kroz uspostavljanje inovacionih ekosistema koji će uključivati građane, preduzeća, istraživačke i akademske institucije i lokalne vlasti, primjenjujući koncept *pametni grad* (engl. *Smart City*). Pri tome, fokusiran je na pojedine oblasti koncepta *pametni grad*, konkretnije na primjenu informaciono-komunikacione tehnologije, tzv. *pametnu energiju* kao i na *pametnu javnu rasvjetu* kao dio šire vizije održivog razvoja i unapređenja energetske efikasnosti. Očekivani rezultati projekta su:

1. nadograđeni postojeći inovacioni klasteri u MED području integrisanjem konteksta pametnog grada
2. kreirana umrežena zajednica pametnih gradova u MED području
3. unaprijeđen sveukupni inovacioni kapacitet MED područja uključivanjem inovativnih malih i srednjih preduzeća
4. efektivnije MED teritorijalne politike unapređenjem kapaciteta inovacionih ekosistema grada



Pristup „ESMARTCITY“ projekta jedinstven je po tome što gradove u mediteranskom području posmatra kao inovacione ekosisteme, a ne samo kao krajnje korisnike paradigme *pametni grad*. Projektom se nastoje podstaknuti određene promjene u oblasti malih i srednjih preduzeća. Primarno se želi unaprijediti inovacioni kapacitet malih i srednjih preduzeća tako što će im se dozvoliti da koriste uspostavljenu pilot infrastrukturu kao platformu za testiranje njihovih inovativnih aplikacija/ usluga.

Predviđeno trajanje projekta je 2,5 godine, dok ukupno odobreni budžet za agenciju iznosi 156.000,00 evra. Gradska razvojna agencija Istočno Sarajevo jedini je partner iz Bosne i Hercegovine, što dovoljno govori o prepoznatljivosti Agencije na međunarodnom planu kao pouzdanog partnera u realizaciji evropskih projekata.

Pilot-projekat „Pametna javna rasvjeta u Istočnoj Ilidži“

Pametna javna rasvjeta gradovima obezbjeđuje cijeli niz prednosti koje su više ili manje očigledne, kao što su manji troškovi upravljanja gradskom infrastrukturom, brz pristup podacima koji omogućavaju analizu i optimalno donošenje odluka te povećanje prihoda od javnih usluga. Dobrobiti za stanovnike ogledaju se u poboljšanju kvaliteta života, jednostavnijem pristupu javnim servisima te pozitivnom uticaju na zaštitu životne sredine.

Osnovni motivi da se tradicionalni sistemi javne rasvjete modernizuju i da se nadgrade *pametnim* elementima vezani su za realne potrebe ušteda i optimizacije, ali i maksimalno iskorištavanje postojeće ograničene infrastrukture javne rasvjete da bi se gradski sistemi proširili i drugim elementima koji su sada dostupni zahvaljujući brzom napretku informacionih i telekomunikacionih tehnologija.

Jedna od aktivnosti realizovanih u okviru projekta „ESMARTCITY“ je i

pilot-projekat „Pametna javna rasvjeta u Istočnoj Ilidži“, pri čemu su na nekoliko postojećih stubova javne rasvjete postavljeni odgovarajući senzori na šetalištu u Dabrobosanskoj ulici u Istočnoj Ilidži, a potom je razvijena aplikacija koja omogućava praćenje i upravljanje javnom rasvjetom, prilagođavanje nivoa osvjjetljenja potrebama te mjerenje stepena zagađenosti vazduha. Navedena instalacija je pionirski poduhvat u ovoj dijelu Evrope i predstavlja prvi potpuno funkcionalni servis pametnog grada u regiji zapadnog Balkana, koji se sastoji od hardverskog dijela u formi senzorskih blokova za mjerenje zadatih parametara i softverskog dijela u formi podatkovnog centra za prikupljanje i spašavanje podataka, njihove klasifikacije, obrade i analize naprednim algoritmima vještačke inteligencije i mašinskog učenja, koji daju mogućnost određivanja optimalnih radnih režima u realnom vremenu i prema stvarnim potrebama građana, što onda omogućava adekvatnu alokaciju resursa automatskom komandom podatkovnog centra ili ručno od strane upravljača sistema u gradu Istočno Sarajevo. Uspostavljeni sistem u realnom vremenu može da prati sljedeće parametre: pokret, osvjjetljenje te parametre kvalitete vazduha: temperaturu, pritisak, vlažnost. Sistem je modularan i proširiv, kako hardverski tako i softverski, i u budućnosti se može pretvoriti u integralni kontrolni sistem za pametni grad Istočno Sarajevo, ali i druge usluge u nadležnosti grada.

Na taj način Gradska razvojna agencija Istočno Sarajevo implementirala je prvo rješenje pametne rasvjete kao dijela infrastrukture *pametnog grada* u Istočnom Sarajevu. Pomenuti pilot-projekat pametne javne rasvjete, koje u sebi sadrže integrisani multifunkcionalni senzorski sklop, temelj je infrastrukture koja bi Istočno Sarajevo kao *pametni grad* mogla učiniti otvorenijim za nova rješenja. Cijelim senzorskim sistemom upravlja se sa jednog mjesta, što pruža mogućnost razvoja drugih rješenja *pametnog grada*, bez potrebe da se svaki

put iznova instaliraju senzori.

Sistem pametne javne rasvjete je projektovan sa sljedećim atributima praćenja vizije daljeg razvoja kako ovog sistema tako i pametnog Istočnog Sarajeva u cijelosti:

- pruža potpunu kontrolu nad sistemom ulične rasvjete
- omogućava značajne uštede energije
- potpuno skalabilan
- podržava upotrebu opreme različitih proizvođača koja je kompatibilna sa standardom za prenos podataka koji se koristi
- omogućava potpunu kontrolu nad svakim pojedinačnim modulom sistema
- moguće ga je proširiti sa dodatnim sensorima i mrežom za upravljanje
- većina softverskih rešenja nije ograničena na broj senzora
- podaci koriste standardni protokol ali mogu biti povezani i na bilo koju telekomunikacijsku mrežu
- LoRaWAN mreža ima veoma veliku propusnost i dostupnost, malu potrošnju energije, dobru pokrivenost u zatvorenom prostoru i dobar mehanizam zaštite podataka

Realizacijom pilot-projekta omogućava se ubrzana izgradnja multifunkcionalne senzorske mreže kao temeljne infrastrukture pametnog grada, koja kao takva postaje otvorena platforma za mnogobrojne pružaoce različitih rješenja. Grad Istočno Sarajevo nastoji da se razvija u pametan grad koji brine o zaštiti životne sredine i energetske efikasnosti, oslanjajući se pri tome na digitalne tehnologije koje omogućavaju kvalitetnije usluge građanima, bolju iskorišćenost resursa i manji uticaj na životnu sredinu. Svi navedeni ciljevi Agencije su u potpunosti u skladu sa Agendom 2030 o održivom razvoju Ujedinjenih nacija i Digitalnom agendom 2020 Evropske unije. Integriranjem multifunkcionalne senzorske mreže na postojeće stubove javne rasvjete otvorile su se nove mogućnosti u korištenju najnovijih tehnoloških rješenja, a čemu grad Istočno Sarajevo teži u budućnosti. U budućim planovima, Agencija želi da podatke prikupljene na ovaj način učini dostupnim javnosti, prije svega naučno-istraživačkoj i preduzetničkoj zajednici kroz platformu Otvorenih podataka (engl. *Open Data*), što je prihvaćeni globalni trend u razvijenim urbanim sredinama.

Novi sistem pametne ulične rasvjete smanjuje potrošnju električne energije

za približno 50% u odnosu na postojeće sisteme ulične rasvjete. Takođe, upotrebom senzora smanjili su se troškovi održavanja za više od 50% kroz mehanizme preventivnog održavanja, a osoblje zaduženo za održavanje više ne mora tražiti kvarove u sistemu, jer svjetiljke automatski šalju informacije u realnom vremenu u kontrolni centar o eventualnim tehničkim problemima ili starosti svjetiljke prema rasporedu za preventivnu zamjenu.

Sistem pametne javne rasvjete u Istočnoj Ilidži postavljen je u testnoj fazi na sljedeći radni režim, koji se dalje samoreguliše na osnovu prikupljenih podataka:

- optimalno planiranje osvjjetljenja, prema periodu godine (trenutna dužina dana, odnosno odnos dan/noć), prema trenutnim atmosferskim prilikama
- određivanje perioda dana, prema očekivanom intenzitetu kretanja pješaka, tako da intenzitet osvjjetljenja ne mora biti konstantno na 100% čime se postižu dodatne uštede električne energije (npr. u periodu kada nema pješaka, u periodu manjeg intenziteta kretanja od 00:00 do 06:00 ili od 01:00 do 05:00 ili neki drugi period noći, dimabilne sijalice mogu promijeniti predefinisani intenzitet osvjjetljenja sa 100 na 50% ili drugu proizvoljnu vrijednost, a ponovo se po detekciji pješaka paliti na 100% nivo osvjjetljenja u trajanju od nekoliko minuta)

U vezi s prethodnim, moguće je instalirati brojače prometa za pješake, te dobiti korisne informacije za određena buduća planiranja gradske infrastrukture i generalno dobiti objektivnije podatke za donošenje odluka. Što se tiče politike otvorenih podataka, grad Istočno Sarajevo ima plan da podrži preduzetničku start-up zajednicu, posebno onu usmjerenu prema mladim ljudima i univerzitetskoj zajednici, i učini da mnogi podaci prikupljeni kroz sistem budu dostupni javnosti. Šira dostupnost prikupljenih podataka ključni je faktor koji motiviše lokalnu inženjersku zajednicu da razvija druge vrste softverskih aplikacija zasnovanih na njima.

Sveobuhvatne funkcionalnosti sistema pametne javne rasvjete u Istočnoj Ilidži nabrojane su ispod, ali je važno naglasiti da je sistem kreiran da bude proširiv i drugim opcijama:

- mogućnost *inteligentnog* upravljanja uličnom rasvjetom čim se postignu značajne uštede energije
- daljinsko upravljanje svakom po-

jedinačnom uličnom svjetiljkom koja može raditi u više režima: uključeno, isključeno, zatamnjeno (prilagodljivo, 10%-100%)

- raditi prema unaprijed definisanim pravilima tako da određeni dijelovi dana primjenjuju drugačiji predefinisani režim rada (sve sijalice se uključuju u 19:00, a isključuju se u 7:00, npr.)

- mogućnost upravljanja uličnom rasvjetom na osnovu senzorskih signala instaliranih na stubu ulične rasvjete čija je uloga otkrivanje nivoa osvjjetljenja i detekcija pokreta. Mogući scenarij je sljedeći: sve svjetiljke se isključuju kada se ne primijeti kretanje. Senzori pokreta su postavljeni na svaki stub ulične rasvjete i detektuju pokrete na površini ispod stuba. Nakon što se pokret otkrije, samo se neke sijalice uključuju, dok ostale rade u različitom režimu rada (ili su isključene ili zatamnjene na 10-30%)

- Gateway prikuplja podatke od krajnjih uređaja (senzora, kontrolora) putem LoRaWAN mreže i dalje ih prosljeđuje putem mobilnog GPRS-a mrežnom serveru

- mrežni server obrađuje sve dolazne podatke, eliminiše duple pakete, prilagođava brzine prenosa podataka i šalje određene pakete podataka serveru aplikacije

- na osnovu primljenih podataka, slika kompletnog sistema u realnom vremenu se generiše kroz softversku aplikaciju i na osnovu tih podataka se preduzimaju određene radnje

- sistem takođe podržava način rada u potpuno automatskom režimu

Kroz sve navedeno Agencija je uspješno okončala prvu fazu instalacije pilot rješenja pametne javne rasvjete i time smjestila Istočno Sarajevo na listu svjetskih urbanih centara koji su ušli u proces izgradnje pametnog grada i moderne urbane infrastrukture. Agencija je na ovaj način učinila Istočno Sarajevo prvim *pametnim gradom* u regiji zapadnog Balkana i, osim koristi za sam grad, na ovaj način želi podstaknuti i lančanu reakciju sličnih projekata u Bosni i Hercegovini i regiji. Ova platforma treba da doprinese i budućoj saradnji više lokalnih samouprava sa ciljem da se osnaži institucionalna saradnja i razmjena iskustava sa drugim urbanim centrima. Bez sumnje, iz ovog projekta najveću korist ostvaruju građani, što dokazuje uspješnost Agencije i lokalne samouprave grada Istočno Sarajevo i opštine Istočna Ilidža.

LOKATOR.APP™

Sistem mobilnih aplikacija za dostavljanje ponuda, akcija i sniženja direktno na pametni uređaj korisnika putem notifikacija i geolokacijskog sistema određivanja blizine klijenata radi maksimiziranja marketinške kampanje

STUDIO387

Ako bismo mogli u nekoliko riječi opisati naš dosadašnji rad i dostignuća, kao i glavnu okosnicu naše djelatnosti, onda bismo slobodno mogli reći da smo informatička i konsultantska agencija koja se bavi dostignućima 4. industrijske revolucije i primjenom istih u ekonomskim modelima i tržištu.

Naš primarni cilj je kontinuirano napredovanje kroz praćenje aktuelnih svjetskih trendova na polju informacijskih tehnologija, IoT rješenja, napredne AR arhitekture i GIS sistema, kroz postignuća 4. industrijske revolucije, te implementacija tih tehnologija na postojeće ili stvaranje novih tržišnih, prvenstveno finansijskih i marketinških, modela za naše klijente.

Već godinama naše tržište je da-

leko van granica BiH i regiona te se naša rješenja mogu pronaći u zemljama GCC regiona, SAD-u i u Australiji. Nezaobilazno, tu su i naše integracije s poslovnim partnerima iz EU, prvenstveno bolonjskim CAE Industry, koje su našle široku primjenu u zemljama EU i UK-u. Naša predstavništva i agenti u 17 država svijeta govore sama po sebi o potrebi za našim uslugama ali i kvaliteti istih.

U budućnosti, tehnološke inovacije će nam donijeti dugoročne dobiti u efikasnosti i produktivnosti. Tako će se troškovi prijevoza, komunikacije i razmjene smanjiti, a logistika i lanci globalnog snabdijevanja će postati efektivniji. Sve to će otvoriti nova tržišta i dovesti do ekonomskog rasta. Upravo u svjetlu spomenutog, nudimo vam i naše sistemsko rješenje – Lokator.App™.

Prednosti Lokator.App™ sistema za privatne korisnike (građani)

Lokator.App™ je mobilna aplikacija za pretragu lokalnih trgovina, ponuda i događaja bazirana na trenutnoj lokaciji korisnika ili na parametrima koje korisnik odredi. Ona omogućuje da to što rade korisnici urade na brz i povjerljiv način, a da pri tome također učestvuju u kreiranju sadržaja, ocjenjivanju ponude i ponuđača, ali i direktno komuniciraju s ostalim korisnicima aplikacije ili vlasnicima trgovina i drugih poslovnih subjekata.

Lokator.App™ koristi tzv. sistem „push notification“, odnosno – obavijesti putem mobilne aplikacije o novim ponudama, akcijama, događajima koje postavljaju poslovni korisnici, a u isto vrijeme omogućuje komunikaciju između privatnog korisnika i poslovnog korisnika, kao i komunikaciju između privatnih korisnika međusobno.

Lokator.App™ također nudi mnoštvo zanimljivih sadržaja, a sam brend se grana kroz socijalnu mrežu, informacijske portale i konsultantske usluge, zadržavši u sebi naziv Lokator, kao oznaku brenda.



Lokator.App™ – Osnove modela i princip rada

Interaktivni geolokacijski marketing ili skraćeno GM je osnova na kojoj je izgrađena arhitektura Lokator.App™ sistema.

Ovakav sistem odlikuju četiri bitne karakteristike:

1. **Lokalizacija** - GM omogućuje direktnu lokalizaciju klijenata. Koristeći prednosti GM-a, ponuda klijentima se bazira na njihovoj lokaciji, odnosno „blizini“ te se na takav način ponuda, akcija ili događaj „serviraju“ onom dijelu populacije koji će geografski najvjerovatnije da posjeti prodajno mjesto ponuđača ili događaj koji se organizuje.
2. **Dostupnost** - GM omogućuje trajnu dostupnost informacija. GM ciljani

GM Lokator.App™ sistem, između ostalog, poslovnim korisnicima nudi:

- lokacijski usmjeren marketing
- diverzifikaciju ponuda i informacija prema geolokaciji poslovne jedinice/klijenta
- kontrolu zaliha roba (JIT)
- planiranje zaliha prema potrebama kupaca
- diverzifikaciju zaliha prema planovima poslovnog korisnika
- napuštanje prakse „trajnog sniženja“
- desaturaciju „tržišta ponuda“
- direktan komunikacijski kanal s klijentima – B2C2B („push“ notifications + chat)
- globalnu dostupnost prema lokaciji (loco & wide)
- akviziciju novih klijenata
- „client networking“ – stvaranje mreže klijenata s povjerenjem
- „smanjenje troškova – povećanje prihoda“
- „GREEN“ standardizaciju i smanjenje troškova promocije za čak 60%
- multi-language environment (turistička ponuda)
- međusobnu interakciju klijenata („Mouth2Mouth marketing“)
- komunikaciju s ostalim poslovnim korisnicima (B2B)



Lokator.App

BE MORE.FIND MORE.SAVE MORE.KNOW!

oglasi, interesantni upravo za lokaciju klijenata a ne samo njihove interese. Platforma Lokator.App ne sadrži samo kategorizaciju prema interesima korisnika nego i prema lokalizaciji klijenata ali i ponuđača.

3. **Brza komunikacija** - Korištenje kanala komunikacije GM-a. GM nam donosi i nove kanale komunikacije s klijentima, u realnom vremenu, kroz opciju online komunikacije, popularno „chat system“. Komunikacija se odvija dvostrano, kako između običnih korisnika tako i prema poslovnim korisnicima i obrnuto. Ovakav sistem omogućuju pravovremenu razmjenu informacija s klijentima, ali i „širenje glasa“ i sticanje boniteta među kupcima i stvaranje mreže lojalnih kupaca koji će tu mrežu direktno i/ili indirektno širiti na inertne grupe potencijalnih kupaca.

4. **Umrežavanje klijenata** - Umrežavanje klijenata limitirano, prema lokaciji. GM omogućuje razmjenu informacija između klijenata koji gravitiraju istoj lokaciji, a ne samo interesima ili spolnim/dobnim ili bilo kojim drugim skupinama.

Naziv Lokator je zaštićen i patentiran kao TM u Zavodu za zaštitu patenata i intelektualnog vlasništva BiH i autentični je bosanskohercegovački trademark. Također, zaštitili su ga i Ured Evropske komisije za zaštitu intelektualnog vlasništva i GCC Intellectual Property Agency.

Prednosti Lokator.App sistema za poslovne korisnike

Lokator.App™ omogućuje registrovanim poslovnim korisnicima pristup Lokator.App sistemu kroz koji, dobijanjem vlastitog naloga, mogu da unose podatke o svojoj djelatnosti, objavljuju ponude/akcije, događaje i direktno, putem chata razgovaraju s klijentima.

Također, sistem omogućuje slanje notifikacija direktno na pametne uređaje korisnika, što poslovnim korisnicima omogućuje dostavljanje ponuda klijentima kada to žele i na način na koji to žele, jednim klikom na tastaturi.

Preko 20 miliona korisnika širom svijeta

Lokator.App™ sistem je u kratkom roku dostigao brojku od skoro 50.000 građana korisnika samo na području Kantona Sarajevo, dok taj broj na teritoriji Bosne i Hercegovine prelazi 100.000 korisnika. Osim što je jedinstven sistem ove vrste u regiji, u ovom trenutku je i najbolji marketinški sistem za promociju vaših proizvoda i usluga. Uz naše brendove, kao što su *BlitzBuy* u Australiji, *Genery* u Italiji i Španiji, kao i *LuckySale* u SAD-u, razvili smo mrežu od preko 20 miliona korisnika širom svijeta.

Za bilo kakve informacije u vezu sa Lokator.App™ sistemom možete nas kontaktirati na navedene brojeve telefona i/ili e-mail adrese.



Studio387
INFORMATIČKI INŽENJERING

AGENCIJA „STUDIO387“

Olovska 226, Novo Sarajevo
71000, Sarajevo

Kontakt telefoni:
+387 33 741 033 | +387 61 028 546

E-mail: info@studio387.net |
info@lokator.site | bosnia@lokator.
international

WWW: <https://studio387.ba> |
<https://lokator.site>

Poboljšanje gotovinskih tokova (cash flow) u operativnom poslovanju pomoću modernih finansijskih tehnologija

FinTech – ta magična riječ

FinTech je engleska kovanica sačinjena od engleske verzije riječi finansijske tehnologije. Ne, nemojte odmah pomisliti da se radi o nekim novim bankarskim uslugama – upravo suprotno. Finansijske tehnologije su novo polje u finansijskoj niši koje ima za cilj koristeći nove tehnologije, prvenstveno IT, poboljšati same finansijske aktivnosti privrede i građana. Primjeri takvih tehnologija su recimo platforme za jeftino slanje novca iz dijaspore u domovinu (primjerice ClearJunction) ili platforme koje omogućuju brzo i jednostavno dubinsko pregledavanje financija krajnjeg kupca u određenoj branši (primjerice Instantor). Bit fintech tvrtki jest da prepoznaju nezadovoljstvo i frustriranost privrede i građana pri određenim finansijskim aktivnostima te tehnologijom djeluju upravo na poboljšanje ili potpuno preoblikovanje izvođenja tih finansijskih aktivnosti.

Ozbiljan rast fintech tvrtki je klasično bankarstvo doživjelo kao potpun zaokret u uobičajenom ponašanju klijenta koji je predstavljao outside the box model razmišljanja koje klasično bankarstvo nije shvaćalo niti moglo ispočetka pratiti. Danas, banke sklapaju partnerstva s fintech tvrtkama kako bi klijent imao koristi od oba svijeta – klasičnog, uhodanog bankarskog pristupa u spoju s modernim tehnologijama koje pojednostavljaju i pojeftinjuju cijele finansijske operacije i upravo popravljaju „korisnički dojam“ klijenta. Prema globalnom istraživanju PwC-a, oko 42% ispitanika iz bankarskog sektora je izjavilo da sklapaju partnerstva s fintech tvrtkama i uspostavljaju investicijske fondove za financiranje fintech tvrtki.

Gdje to leži frustriranost i nezadovoljstvo privrede u BiH kad je u pitanju operativno poslovanje?

I dok ovo pišem već čujem u mislima privrednike kako u glas nabraja-

ju barem dvadesetak razloga koji ih koče, ali gotovo svi ti razlozi vode do jednog od najvećih problema u BiH - NELIKVIDNOSTI.

Pitate se kakve veze ima operativno poslovanje i nelikvidnost, utječu li uopće jedno na drugo?!

E pa, krenimo redom. Što je nelikvidnost? Po standardnoj, da ne kažem, dosadnoj, definiciji nelikvidnost je nesposobnost poduzeća da prema dospijeću (u roku) podmiruje svoje (primarno novčane) obveze i treba je razlikovati od nesolventnosti. Dakle, nelikvidnost je praktično nesposobnost poduzeća da plaća dobavljače, poreze i radnike po dospijeću što, naravno, utječe na operativno poslovanje - radnici ne rade, sirovine i usluge se ne dostavljaju, inspektori dolaze itd. A što utječe na nelikvidnost? Prije svega protok obrtnih sredstava kroz njegov poslovni ciklus, rok dospijeća obveza, usklađenost dugova i vlastitih izvora financiranja.

Drugim riječima – ako vam kupac nije na vrijeme platio, vi nećete biti u stanju na vrijeme platiti svom dobavljaču, radnicima i državi. I što se onda zbog navedene opasnosti svakodnevno događa u vašem operativnom poslovanju? *Pretvarate i sebe i svoje zaposlene u vječite istražitelje vlastitih kupaca, a svoje operativno poslovanje podređujete konstantnoj težnji da se zaštitite od vlastitog kupca!* Naravno, ovakvo ponašanje (iako opravdano) čini vaše operativno poslovanje skupljim i manje efikasnim – svrha vašeg operativnog poslovanja jest da proizvodite to što proizvodite, tj. da pružate uslugu koju pružate i da bude tržišno konkurentni u svojoj niši, a ne da se pretvorite u bankarskog istražitelja u fazi kada treba provjeravati život i poslovanje potencijalnog primatelja kredita. I zato danas tvrtke u BiH imaju barem jednog zaposlenog koji istražuje potencijalne kupce, a većina se komercijalista, osim za prodaju, svakodnevno brine i za naplatu – da

ne pričam o različitim sudskim i inim troškovima ukoliko se dođe do prisilne naplate potraživanja. Kada privrednik formira cijenu svog proizvoda i/ili usluge rijetko koji u tu cijenu uključuje stvarne troškove ovolikog napora da se zaštiti rizika od kupaca ili eventualnih kasnijih troškova čekanja na naplatu i/ili prisilne naplate. I tako dođemo do zaključka da naše privredne živote i poslovne operacije rizik nelikvidnosti svakodnevno drži kao taoce.

U našoj ne osobito velikoj i ne osobito napućenoj Bosni i Hercegovini, koja ima pedesetak tisuća biznisa, je zbog ovog problema trenutno zarobljeno 10 milijardi EUR (*posredni izračun prema podacima DunđBradstreet za 2015. godinu*) - ne mogu ti platiti jer meni još nisu platili! K tomu, ovdje se radi samo o unutarnjem privatnom dugu – ono što privreda duguje i potražuje između sebe, bez dugova i potraživanja bilo koje razine budžeta, tj. države. No, da se ne bismo previše deprimirali vlastitom sudbinom, na slici 1 je dat prikaz ukupnog duga koji je neplaćen, a dospio preko 30 dana po državama iz kojeg se jasno vidi da i neke od najrazvijenijih ekonomija ozbiljno pate od ovog problema.

Kako FinTech može pomoći kod nelikvidnosti?

Na nekoliko uobičajenih načina te jedan posve drugačiji od drugih. Već je postalo normalno (pa i u BiH) imati softvere koji prate ročnost potraživanja i obveza i tako izračunavaju i predviđaju gotovinske tokove. Također je postalo normalno imati softvere koji provode automatizirano plaćanje obveza – izravno su povezani s računovodstvenim softverom tvrtke kao i online bankarskom platformom za plaćanje. Nešto su rjeđi softveri koji se bave kompenzacijama i to se obično radi o kompenzacijama „jedan na jedan“ - kupac vam



Slika 1. Annual debt remaining unpaid for more than 30 days after due date

China	\$	2,189,753,600,000
France	\$	72,484,318,200
Greece	\$	56,184,399,000
Italy	\$	599,499,442,500
Philippines	\$	76,360,200,000
South Africa	\$	203,777,220,000
Spain	\$	33,777,061,500
Thailand	\$	84,024,657,600
United Kingdom	\$	139,809,014,400
USA	\$	1,460,158,840,000

Source: Dun & Bradstreet, 2015

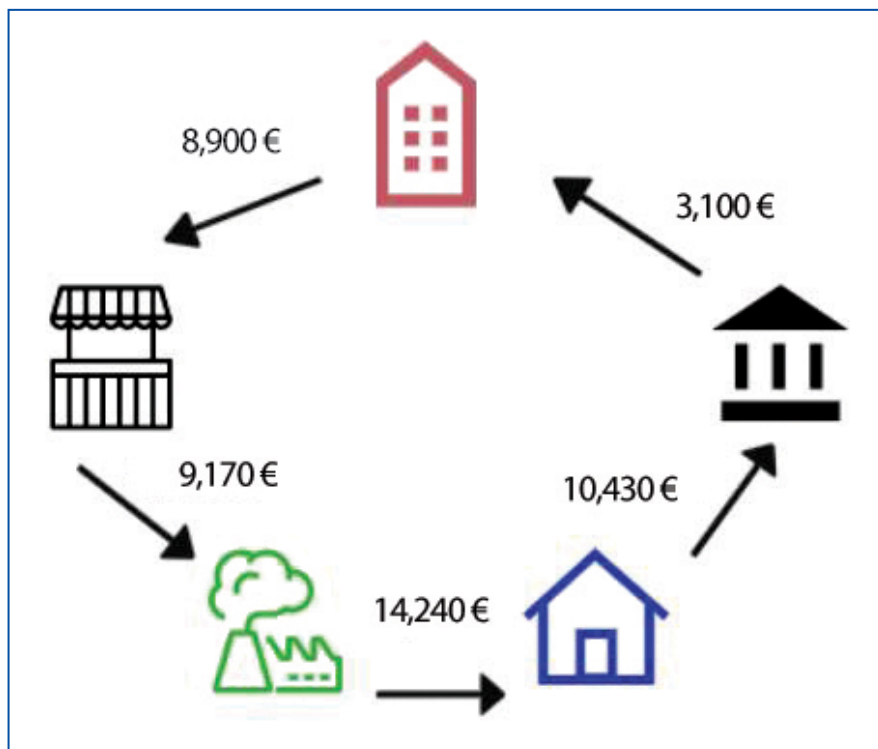
Slika 2. Primjer najjednostavnije multilateralne kompenzacije.

- * Tvrtnka A duguje tvrtci B 100 KM
- * Tvrtnka B duguje tvrtci C 150 KM
- * Tvrtnka C duguje tvrtci A 200 KM

Među ovim tvrtkama uspješno je kompenzirano 100 KM tako da sada

- * Tvrtnka A više ništa ne duguje tvrtci B
- * Tvrtnka B duguje tvrtci C 50 KM
- * Tvrtnka C duguje tvrtci A 100 KM

Slika 3



je dužan 130 KM ali vam je u jednom trenutku bio i dobavljač i vi ste njemu dužni 50 KM. Ovakav softver bi identificirao ovu situaciju i izvršio promjene u računovodstvu iz kojih bi bilo vidljivo da vam je na kraju kupac dužan 80 KM, a da vi njemu ništa ne dugujete.

Posve drugačiji način u kojem fintech pomaže kod nelikvidnosti jest sustav za multilateralne kompenzacije. Ovo su kompenzacije s minimalno tri sudionika, a nemaju maksimalan broj sudionika. Na slici 2 dat je primjer najjednostavnije multilateralne kompenzacije.

Kod ove situacije trebalo je samo pronaći treću tvrtku koja bi međusobno povezala vašeg kupca i dobavljača. Ovakav se vid kompenzacija izvodi u BiH odavno i smatra se relativno jednostavnim načinom za naplatu i plaćanje obveza. A što kad taj niz postane nešto kompleksniji, kao na slici 3?

E ovdje taj magični fintech dolazi do izražaja. Sustav za multilateralne kompenzacije je fintech utemeljen na radu heurističkih algoritama koji pronalaze prednje prikazani tzv. složeni lanac kompenzacije – jer to više nije u domeni ljudskih mogućnosti – ne bi bilo ni brzo ni učinkovito.

Ovako financijske tehnologije pomažu rješavati gorući problem privrednika u BiH, a kako smo ranije vidjeli – i u svijetu.

Ovakav sustav zahtijeva od privrednika da bude svjestan svojih kupaca i dobavljača i da određuje koje kupce i koje dobavljače želi kompenzirati u pojedinom ciklusu kompenzacija.

No, vratimo se samoj ekonomiji.

Koje su to opće posljedice nelikvidnosti u BiH i šire?

Na mikro razini:

- povećani troškovi financiranja bilo kakvih aktivnosti kako bi se prvo pokrila nelikvidnost;
- odložena kupoprodaja dobara zbog nemogućnosti plaćanja u roku;
- eventualno zamrzavanje privrednih aktivnosti.

Na makro razini:

- usporavanje ekonomije i nemogućnost rasta;
- smanjivanje porezne baze;
- rast nezaposlenosti;
- nemogućnost ubiranja poreza jer poduzeća nisu naplatila od svojih kupaca;
- slom mirovinskog sustava;
- slom zdravstvenog sustava;
- potreba za velikim kreditima kako

bi se spriječio slom centralne države zbog nelikvidnosti.

Sljedeće logično pitanje je što se sve i kako može otkloniti ovim fintech rješenjem? Kako bismo mogli ispravno odgovoriti na ovo pitanje potrebno je najprije do kraja razmotriti što ovaj fintech koristi za svoj rad. Koristi li novac uopće? Ne, kod sustava za multilateralne kompenzacije novac kao ni podaci o bankovnim računima uopće nisu potrebni. Jedino što je potrebno su informacije o identitetu kupaca i dobavljača te o visini duga/potraživanja.

E sad, morate imati na umu da je sam novac u današnjoj našoj civilizaciji ništa drugo do dogovorena informacija o vrijednosti, a sve radi lakšeg obavljanja trgovine i sveukupnog privrednog prometa. Umjesto da uokolo nosamo vreću žita i na nekoj se tržnici cjenkamo hoćemo li tu vreću žita dati za jednu ili dvije ovce ili spremnik maslinovog ulja – mi nosimo novac (informaciju o vrijednosti kojom raspoložemo u određenom trenutku) i dogovaramo se što ćemo kupovati odnosno prodavati. U današnje vrijeme više čak i ne nosimo papirnati ili kovani novac, već smo napredovali na kartice i pametne telefone s ugrađenim bankarskim softverima za plaćanje. Kako je uopće bilo moguće napredovati na bezgotovinski novac? Zato što je novac od početka samo informacija o vrijednosti pa je tu informaciju s razvojem tehnologije moguće skladištiti i prenositi na različite, često vrlo kreativne, načine. S fintechom za multilateralne kompenzacije nije mnogo drugačija situacija – informacije o dugovanjima i potraživanjima su zapravo novac koji još niste naplatili pa ga zbog toga još niste iskoristili za plaćanje svojih obveza. Ovaj sustav funkcionira tako što te informacije/novac upari za manje od minute i tako vam omogućuje da za, manje od minute, naplatite svoja potraživanja i platite svoje obveze. Zar ovo nije idealna verzija likvidnosti?!

Sad kada smo razjasnili princip, korigirani za privrednike se mogu zbrojiti i na sljedeći način:

- jeftin, brz i nerizičan način naplate potraživanja (sve ostale metode zahtijevaju novac i vrijeme unaprijed, a bez bilo kakve garancije rezultata);
- napokon se rješava problem „ne mogu ti platiti jer meni nisu još platili“;
- omogućava se privrednicima da



iskoriste svoja potraživanja od kupaca i njima namire dobavljače i državu pa im „živi novac“ ostaje za rast i investicije;

- povećava se kupoprodaja dobara i usluga pa tvrtke rastu i zapošljavaju;
- smanjuje se rizik poslovanja, štedi se vrijeme i trošak naplate potraživanja;
- smanjuju se troškovi financiranja jer su tvrtke stabilnije i manja je potreba za kratkoročnim hitnim sredstvima;
- zbog toga se oslobađaju novčana sredstva zarobljena u dugotrajnim odnosima dugovanja;
- bilance se tvrtkama popravljaju pa postaju sposobne za jeftinija kreditna sredstva te postaju sposobne za investicije jer moraju manje rezervirati za trenutna obrtna sredstva;
- banke i osiguranja ovako mogu naplatiti kredite i police od potpuno nelikvidnih i blokiranih klijenata te tako popraviti vlastitu aktivu.

Dolazi li do poboljšanja cash flowa korištenjem ove financijske tehnologije?

Da, itekako dolazi, i to trenutno do poboljšanja do 22% u BiH (posredan izračun prema podacima Banjalučke berze a. d. Banja Luka – uključuje podatke i za FBiH). Da se opet poslužim primjerom. Vi znate da, recimo, 15. 7. trebate platiti 100 000 KM dospjelih obveza prema dobavljačima i nastojite na sve moguće načine prikupiti taj novac, prvenstveno do kupaca. No, kako ne-

kim vašim kupcima njihovi kupci nisu platili to oni na vrijeme vama ne mogu platiti pa morate uzimati rezerve od dobiti ili novac određen za investicije kako biste pokrili tekuću likvidnost. E onda, recimo, 10. 7. naide termin za kompenzacije i vi prijavite ove obveze od 100 000 KM kao i potraživanja od kupaca koji vam nisu mogli platiti. Recimo da sustav kompenzira 22 000 KM (22% od 100 000 KM) i to 11. 7. ujutro. Vi ste naplatili 22 000 KM potraživanja od kupaca i iskoristili ih da platite dio ovih obveza od 100 000 KM koje trebate platiti najkasnije 15. 7. Kad dođe ovaj strašni 15. 7. vi trebate živim novcem platiti još 78 000 KM (100 000 KM - 22 000 KM) umjesto cijelih stotinu tisuća KM pa vam tako ostaje 22 000 KM za bilo koje druge svrhe.

Držim da se za 22 000 KM može naći mnogo lijepih svrha, a da biste ih zadržali na računu sve što ste trebali učiniti jest sačiniti excel tablicu dugovanja i potraživanja, primiti 2 e-maila i odgovoriti na 2 e-maila – ukupno manje od sat vremena.

Dragana Parmać ■
CEO Rollsoft k.d. Mostar
Fintech tvrtka

Inovacije u finansijskim uslugama u BiH

Evropa pa i cijeli svijet već osjećaju promjene koje donosi digitalizacija. Fintech industrija mijenja industriju finansijskih usluga tako da se operacije, regulacije i korisnička iskustva doživljavaju na sasvim novi način

Svaka tehnološka inovacija u finansijskim uslugama može se tu mačiti kao finansijska tehnologija – FINTECH.

Finansijske tehnologije mijenjaju postavke posredničkih uloga, čineći ih prevaziđenima, zastarjelima. Novi poslovni modeli temeljeni na tehnologiji 21. stoljeća polako počinju mijenjati organizacije za finansijske usluge koji su posrednici u finansijskom sistemu. S obzirom na munjeviti razvoj tehnologije preduzeća koja već djeluju na tržištu finansijskih usluga, organizacije ne smiju ignorirati njihov razvoj.

Često se postavlja pitanje jesu li fintech kompanije bankama prijetnja ili partneri. Fintech kompanije nisu novost na finansijskom tržištu ali nekoliko posljednjih godina ostvaruju prodor na tržište koje je tradicionalno pripadalo bankama. Pojava velikog broja start-up kompanija u svijetu koje korištenjem ICT uspijevaju unijeti inovacije u finansijske usluge, ujedno smanjujući troškove i skraćujući vrijeme, često bivaju posmatrane kao prijetnja bankama. Kako je povjerenje i sigurnost transakcija primarna, smatra se da će i tradicionalni posrednici i nove kompanije morati graditi partnerski odnos kako bi zajedno opstali na tržištu.

BiH u svijetu digitalizacije

Evropa pa i cijeli svijet već osjećaju promjene koje donosi digitalizacija. Fintech industrija mijenja industriju finansijskih usluga tako da se operacije, regulacije i korisnička iskustva doživljavaju

na sasvim novi način. Bezbroj je prednosti, no i dalje postoji strah od onoga što dolazi. Uz digitalizaciju i razvoj tehnologije širi se i sam način poslovanja, odnosno uvode se i alternativni izvori finansiranja.

Pojava novih kompanija koje nude usluge na bazi tehnoloških rješenja u Bosni i Hercegovini je na samom početku. U našoj zemlji ne postoji regulativa koja poznaje fintech kompanije. Prema studiji o digitalizaciji regiona koju je 2018. godine uradila Unicredit banka, u regiji centralne i istočne Evrope postoji 608 fintech firmi, od toga 70 u Bugarskoj, dok su u BiH registrovane samo tri firme. U međuvremenu je taj broj možda porastao, ali pretpostavimo da ih nema više od 10, što dokazuje da smo tek na početku.

U Bosni i Hercegovini je provedba propisa koji bi omogućili primjenu elektronskog poslovanja još uvijek jedan od gorućih problema. Zakon o elektronskom potpisu i Zakon o elektronskom dokumentu su sačinjeni ali ne postoji certifikacijsko tijelo koje će administrativno voditi bazu elektronskih potpisa. Teško je dati odgovor na pitanje zašto nemamo certifikacijsko tijelo, ali ostaje činjenica da dijelom i zbog toga uveliko zaostajemo u svijetu koji je već poprilično digitaliziran.

Događanja u svijetu

Nebankarske finansijske usluge koje se zasnivaju na finansijskoj tehnologiji doživljavaju ekspanziju tokom posljednjih godina u cijelom svijetu. U 2018. godini, kako navodi izvještaj Consalting House KPMG - The Pulse of Fintech 2018, globalna ulaganja u finansijsku tehnologiju povećala za više od 2200% u posljednjih sedam godina - sa 930 miliona dolara u 2008. na više od 22 milijarde dolara u 2015. godini.

Prema istom izvještaju, globalna ulaganja u fintech kompanije dostigle su iznos od 111,8 milijardi dolara sa 2.196 ugovora o ulaganjima, što je dvostruko

više u odnosu na 2017. godinu kada je bilo 50,8 milijardi dolara. Od novembra do kraja decembra 2018. godine globalna ulaganja u fintech iznosila su 35,5 milijardi dolara, uz rekordnih 1.431 ugovora.

U Evropi su u 2018. godini ulaganja u fintech kompanije dosegla 34,2 milijarde dolara sa 536 ugovora o ulaganjima. Najveći centar fintech kompanija je London gdje je 40% radne snage zaposleno u firmama djelatnostima usluga finansijama. Na drugom mjestu je Stockholm, dok Litvanija postaje sjevernoevropski centar za finansijske tehnološke kompanije.

Predviđanja

Nakon 14. septembra tekuće godine sve kompanije i sve finansijske institucije u zemljama EU morat će početi pratiti regulatorne tehničke standarde (RTS) revidirane Direktive EU o platnim uslugama (PSD2) koja je na snazi od januara 2018. godine. To bi značilo da banke više neće imati monopol nad podacima o klijentima sa stanovišta plaćanja te će tako fintech kompanije moći učestvovati na tržištu usluga plaćanja.

U BiH postoji volja za napredne i inovativne usluge, ali one trebaju biti dostupne i ekonomski isplative i za građane i državu. Predstoji nam usklađivanje Zakona o platnom prometu sa PSD2 direktivom.

Trenutno u BiH postoje dvije organizacije (Forza i Moneda) koje nude online pristup brzom kreditiranju ali su u obavezi da posluju u skladu sa Zakonom o mikrokreditnim organizacijama i podzakonskim aktima Agencije za bankarstvo RS. Činjenica da nemamo rješenje za grupno finansiranje (crowdfunding) ili međusobno kreditiranje (peer to peer lending) ukazuje na to da ćemo ubrzo morati mijenjati regulativu i prihvatiti nadolazeće promjene.

Pripremila: Belma Hasić ■

Toyota proizvodni sistem

POŠTUJTE LJUDE I ULAŽITE U NJIH

Ovaj tematski članak je svojevrsan nastavak teksta iz prethodnog izdanja Infokoma u kojem se govorilo o Toyotinom proizvodnom sistemu koji se kao koncept primjenjuje u svim uspješnim svjetskim kompanijama, i to ne samo iz automobilske industrije. Osim toga, u prošlom broju smo se dotakli i vrsta otpada u proizvodnji te nekih od osnovnih principa „Lean“ proizvodnje, kao što su „Pull“, „Just in Time“, „Jidoka“, „Heijunka“ i „Kaizen“

Razvijajte izuzetne ljude i timove

S obzirom na to da ljudi omogućavaju da se stvari dešavaju, oni predstavljaju najvrjedniji resurs svake organizacije. U Toyoti su svjesni neophodnosti timskog rada, ali i činjenice da su izvrsni pojedinci neophodni da bi tim postigao vrhunske rezultate, tako da nije neobično da se izabere jedna osoba između stotina prijavljenih za određeno radno mjesto u procesu selekcije koji traje često i nekoliko mjeseci.

Toyota investira u ljude, a zauzvrat dobija posvećene saradnike koji se pojavljuju na poslu svaki dan i na vrijeme i koji kontinuirano poboljšavaju svoj rad. Uobičajeno je da radnici u proizvodnom pogonu predlože na stotine sugestija za poboljšanje od kojih se, u pravilu, velika većina usvoji.

Dakle, kako postići da vaši zaposlenici rade savjesno da bi uradili svoj posao savršeno te da svakodnevno teže poboljšanjima? Odgovor na ovo pitanje je vrlo jednostavan: razvijajte izuzetne ljude i timove koji slijede filozofiju vaše

kompanije. Treniranje i obučavanje izuzetnih ljudi i formiranje pojedinačnih radnih grupa treba biti okosnica pristupa rukovodstva kompanije koje će integrirati socijalni i tehnički sistem i postaviti ga tako da radnici koji su najbliži proizvodnji čine članove tima koji vodi vođa tima, a koji također ima konkretne zadatke. Više timova čini grupu koju vodi vođa grupe. U kompaniji, u pravilu, ima više grupa koje vode pomoćnici menadžera, a na vrhu hijerarhije je menadžer koji je odgovoran za cijelu kompaniju.

Nemoguće je sve ovo napraviti u kratkom roku jer sama promjena kulture zahtjeva godine primjene konzistentnih principa. Ljudi moraju imati određeni stepen sigurnosti i osjećaja da pripadaju timu. Poslovi se moraju dizajnirati da budu izazovni, a ljudi moraju imati određenu autonomiju kako bi stekli osjećaj da imaju kontrolu nad poslovima koje obavljaju. Pored toga, izgleda da ništa nije toliko motivirajuće kao izazovni zadaci i povremeno nagrađivanje koje može biti simbolično.

Poštujte i pomažite svoje partnere i dobavljače

Zanimljivo je da se svi Toyotini dobavljači slažu da je Toyota njihov najbolji, ali i najzahtjevniji klijent. Konkretno, najzahtjevniji znači da kompanija postavlja visoke standarde izvrsnosti i očekuje od svojih partnera da dođu na isti nivo, pri čemu im Toyota pomaže da postignu ove standarde.

Dakle, Toyota bira svoje dobavljače pažljivo i na početku im daje samo male narudžbe. Dobavljači moraju pokazati svoju iskrenost i posvećenost visokim radnim standardima Toyote koji se odnose na kvalitet, troškove i isporuku. Ako dobavljači dokažu da ispunjavaju ove standarde, dobijaju značajno veće narudžbe. Toyota će ih podučiti o svom načinu rada i oni će postati dio Toyotaine porodice, iz koje odlaze jedino u slučaju da naprave neki ozbiljan propust.

Ranije navedeno ne znači da je lako biti član Toyotine porodice jer Toyota stalno postavlja nove izazove pred svoje zaposlenike i dobavljače. Dobavljači

„Poštivanje ljudi i stalno postavljanje izazova da se radi bolje - da li je ovo kontradiktorno? Poštivanje ljudi znači poštivanje njihovog intelekta i sposobnosti. Ne očekujete od njih da trače svoje vrijeme. Amerikanci misle da je timski rad zasnovan na tome da li se ja nekome dopadam ili se meni neko dopada. Uzajamno poštivanje i povjerenje znači da ja poštujem i vjerujem da ćeš ti uraditi svoj posao tako da smo mi uspješni kao kompanija. To ne znači da mi neophodno volimo jedan drugog.“

Sam Heltman, viši potpredsjednik administracije
Toyota Motor Manufacturing, Sjeverna Amerika.

„Postizanje poslovnih rezultata zastrašivanjem dobavljača je potpuno strano duhu Toyotinog proizvodnog sistema.“

Taiichi Ohno

U tabeli je dat prikaz nekih od radnih zadataka u timovima/radnim grupama koje su tipične za Toyota.

Član tima	Vođa tima	Vođa grupe
Izvršava radne zadatke u skladu sa radnim standardima	Započinje proces i kontrolira ga	Pravi raspored godišnjih odmora zaposlenika
Održava 5S* na svom radnom mjestu	Vodi računa da se postižu proizvodni ciljevi	Pravi mjesečni plan proizvodnje
Provodi manje rutinsko održavanje	Provjerava kvalitet -rutinske provjere	Prati korektivne akcije
Traži mogućnosti za kontinuirano poboljšanje	Pokriva odsustva	Vodi računa o moralu tima
	Vodi računa o aktivnostima u vezi sa treningom zaposlenika	Vodi računa o konzistentnosti i adekvatnoj komunikaciji
	Osigurava standardiziran rad	Koordinira smjene
	Osigurava da su materijal i dijelovi na raspolaganju u proizvodnji	Vodi računa da se rade probe procesa kada su izvršene određene izmjene
		Raspoređuje članove tima i planira obuku
		Prati dnevne proizvodne rezultate i izvještava
		Poduzima aktivnosti na smanjenju troškova
		Vodi projekte unapređenja procesa: produktivnost, kvalitet, ergonomija i sl.
		Koordinira glavna održavanja mašina i opreme
		Koordinira podršku vanjskih grupa/saradnika
		Vodi računa o sigurnosti grupe
		Pomaže da se pokrije odsustvo vođe tima
		Koordinira aktivnosti u vezi sa značajnijim izmjenama modela



žele da rade za Toyotu jer su svjesni da će se razvijati i biti poštovani od drugih dobavljača i klijenata. Međutim, niti jedan dobavljač nije nikada izjavio da je lako udovoljiti Toyotinim standardima. Iz perspektive Toyote, postavljanje visokih očekivanja od dobavljača, pravičan tretman i podučavanje dobavljača je poštovanje dobavljača. Za Toyotu je nezamislivo da zamjeni postojećeg dobavljača novim samo zbog činjenice da je potencijalni novi dobavljač malo jeftiniji od postojećeg, što je suprotno uobičajenoj praksi u autoindustriji.

Posebno je važno naglasiti da prilikom odabira partnera i vanjskih dobavljača Toyota poštuje princip oslanjanja na sebe ili individualne neovisnosti i vjerovanja u vlastite sposobnosti tako

da uvijek nastoji da zadrži ključne kompetencije u okviru kompanije, odnosno da ih ne podugovara. Dakle, Toyota nikada ne prenosi bilo kakvo suštinsko znanje i odgovornost u bilo kojem ključnom području dobavljačima jer želi da ima kontrolu nad svim ključnim procesima i da bude ekspert, odnosno najbolja u svom poslu na svijetu.

Toyoti je potrebno da njeni dobavljači budu sposobni kao i da njene vlastite fabrike proizvedu i isporuče visoko kvalitetne komponente na vrijeme. Pored toga, Toyota ne može smanjiti vlastite troškove ako to ne učine i njeni dobavljači. Teret smanjenja troškova nije samo na dobavljačima nego i na Toyoti, a neophodno je da dobavljači slijede principe Toyotinog proizvodnog sistema ili ekvivalentnog sistema. U tom smislu, Toyota koristi brojne metode da uči sa dobavljačima poštujući vlastite principe. Vrlo malo treninga se organizira u učionici, u velikoj većini slučajeva koristi se tzv. learning by doing koji se provodi u krugu fabrike. Toyota je, također, formirala tzv. asocijaciju ključnih dobavljača koji se sastaju u toku godine i međusobno razmjenjuju iskustva, prakse, informacije i probleme. Ukoliko

se pojavi, problem se razmatra i predlaže se njegovo rješenje kako bi se stanje unaprijedilo, umjesto da se traži krivac za trenutno stanje.

Konačno, možemo reći da ključni Toyotin princip koji se primjenjuje na partnere i dobavljače glasi: „Poštujte vašu mrežu partnera i dobavljača tako da postavljate izazove pred njih i pomažite im da ostvare poboljšanja“. Drugim riječima, učimo i rastimo zajedno sa našim dobavljačima. U ovoj fazi dolazimo do koncepta proširenog učecog preduzeća što, u ovom trenutku, predstavlja najviši oblik „lean“ preduzeća, o čemu ćemo govoriti u nekom od narednih brojeva Infokoma.

Pripremio:
mr. sci. Senad Hromić ■

* 5S Lean pristup se odnosi na radno mjesto i primjenjiv je za bilo koju vrstu radnog mjesta. 5S čine prva slova riječi: Seiri (sort) - zadrži potrebne stvari, baci sve što ti ne treba; Seiton (set in order) - drži stvari urednim da ih svako može naći i vratiti na mjesto; Seiso (shine) - čišćenje (radni prostor čist, odnosno ugodan za boravak); Seiketsu (standardise) – standardiziraj; Shitsuke (sustain) - održi postignuto stanje.

Osnovni sigurnosni zahtjevi za stavljanje na tržište ručnih električnih brusilica



Ručna električna brusilica je alat za brušenje uz pomoć abrazivnog diska. Postupak se koristi kao jedan od završnih obrada, jer se njime postiže velika tačnost i kvalitet obrađivane površine.

Ova vrsta mašina je često u upotrebi u domaćinstvima pa, zbog opasnosti koju mogu predstavljati, na njih treba obratiti posebnu pažnju.

Bez obzira na to da li ispunjavaju sigurnosne zahtjeve, one same po sebi predstavljaju veoma opasnu mašinu/alat.

Ukoliko nisu ispunjeni sigurnosni zahtjevi ili ukoliko se brusilice nepropisno koriste, ova se opasnost povećava. Opasnost vreba kako za samog rukovoca tako i za osobe koje se mogu nalaziti u njegovom okruženju.

Da bi upotreba ručnih električnih brusilica bila sigurna moraju biti zadovoljena dva bitna aspekta:

- ispunjeni sigurnosno-tehnički zahtjevi iz propisa,
- pažljivo i propisno rukovanje ručnom električnom brusilicom.

Kako ove mašine mogu biti veoma opasne po korisnika i druge u okruženju, treba prilikom kupovine obratiti posebnu pažnju na sigurnosne zahtjeve koji su za njih propisani.

Prema Naredbi o sigurnosti mašina („Službeni glasnik BiH“, broj 04/10), sve mašine moraju biti označene jasno i neizbrisivo minimalno sljedećim podacima:

- nazivom (ili zaštitnim znakom) i adresom proizvođača,
- znakom usklađenosti,
- oznakom modela, serije ili tipa

proizvoda,

- serijskim brojem, ako postoji,
- godinom proizvodnje.

Pored navedenih zahtjeva, kako je propisano standardom BAS EN 62841-1:2016 i BAS EN 60745-2-3:2012, ručne električne brusilice moraju biti označene sljedećim informacijama:

- naznačenim (nazivnim) naponom ili opsegom napona u voltima (V),
- simbolom prirode napona (~ ili a.c.) ili nazivnom frekvencijom (Hz),
- nazivnom snagom u vatima (W) ili nazivnom strujom u amperima (A),
- oznakom klase II konstrukcije (samo za električne mašine klase II),
- oznakom IP broja zavisno od stepena zaštite od prodora vlage (mašina mora biti označena IP brojem samo u slučaju da je taj broj različit od IPX0),
- oznakom brzine obrtaja u praznom hodu u obrtajima u minuti (o/min),
- maksimalnim kapacitetom brusilice (brusnog diska) u milimetrima,
- oznakom smjera rotacije osovine,
- veličinom navoja za osovinu sa navojem.

Posebno, ručna električna brusilica mora biti označena i upozorenjima (ili odgovarajućim znakom-piktogramom):

- „UPOZORENJE: Radi smanjenja rizika od povreda, korisnik mora pročitati uputstvo za upotrebu“ ili za ovo može biti postavljen znak - piktogram.

- Riječ „UPOZORENJE“ mora biti napisana velikim slovima ne manjim od 2,4 mm i ne smije biti odvojena od ostatka navoda, „UPOZORENJE: “Uvijek koristi zaštitu za oči”.

Navedena upozorenja na ručnim električnim brusilicama mogu biti u formi teksta ili piktograma, uz obavezno objašnjenje istih u uputstvu za upotrebu:

Dodatne oznake su dozvoljene, pod uslovom da ne dovode do nesporazuma.

Sve oznake na proizvodu moraju biti čitljive i neizbrisive. Oznake moraju biti u suprotnosti sa pozadinom na način da se razlikuju bojom, teksturom ili reljefom. Informacije ili upute koje su date oznakama trebaju biti jasno čitljive kada se gleda golim okom s udaljenosti



ne manje od 500 mm. Oznake ne moraju biti s plavom bojom.

Sve gore navedene informacije u formi teksta ili oznaka (piktograma) moraju biti na glavnom dijelu mašine i moraju biti navedene zajedno. Oznake na mašini moraju biti jasno vidljive na vanjskoj strani mašine ili ispod skidajućeg poklopca, ako je neophodno. Poklopac se mora skidati ili otvarati bez upotrebe alata.

Uputstvo za upotrebu mora biti na jednom od službenih jezika Bosne i Hercegovine i priloženo uz svaku ručnu električnu brusilicu, a mora sadržavati najmanje sljedeće:

- ponovljene podatke kojima je mašina označena, izuzev serijskog broja:
 - naziv i adresa proizvođača,
 - oznaka serije ili tipa proizvoda,
 - godina proizvodnje.
- predviđenu upotrebu mašine,
- upute za sigurno:
 - stavljanje u pogon,
 - korištenje,
 - rukovanje,
 - sastavljanje i rastavljanje,
 - podešavanje,
 - održavanje (servisiranje i popravku).

Navedene upute su detaljnije navedene u standardu BAS EN 62841-1:2016 i obuhvataju informacije i opća sigurnosna upozorenja koje se odnose na sljedeće:

- naziv i adresa proizvođača ili snabdjevača, gdje je primjenjivo, ili bilo kojeg njegovog ovlaštenog zastupnika odgovornog za stavljanje mašine na tržište,
- poslovni naziv i adresa proizvođača i, gdje je primjenjivo, njegovog ovlaštenog zastupnika (dovoljna je bilo koja adresa koja omogućava kontakt),
- oznaka naziva ručne električne brusilice,
- oznaka serije ili tipa ručne električne brusilice,



– **U P O Z O R E N J E**: „Pročitaj sva sigurnosna upozorenja i sve upute“ i „Sačuvaj sva upozorenja i uputstva

- za kasniju upotrebu“,
- sigurno radno područje,
 - električna sigurnost,
 - lična sigurnost,
 - korištenje i održavanje,
 - servisiranje.

SAVJETI ZA POSLOVNE SUBJEKTE

Mašine se mogu staviti na tržište samo ako ne ugrožavaju zdravlje ili sigurnost lica i domaćih životinja ili imovine, ako su pravilno održavane i ako se koriste za predviđenu namjenu.

Obavezu stavljanja na tržište samo sigurnih proizvoda ima proizvođač, pri čemu uvoznik, distributer ili poslovni subjekt koji prvi put stavlja na tržište mašinu preuzima tu odgovornost.

Prilikom izbora ručnih električnih brusilica koje namjerava staviti na tržište Bosne i Hercegovine, poslovnim subjektu savjetujemo da provjeri:

1. da li je uputstvo za upotrebu kompletno i prevedeno na jedan od službenih jezika u Bosni i Hercegovini, ili da izvrši prevod i priloži uz svaki proizvod,
2. da li je izjava o usklađenosti stavljena uz svaki proizvod i da li je prevedena na jedan od službenih jezika u Bosni i Hercegovini (ili se nalazi u uputstvu za upotrebu), ili izvrši prevod i priloži uz svaki proizvod,
3. da li je proizvod označen svim propisanim oznakama i informacijama,
4. da li ručna električna brusilica ima odgovarajući štitnik brusnog diska kako bi korisnik bio zaštićen od slučajnog kontakta sa brusnim diskom, izbačenim djelićima abraziva brusnog diska, iskri i drugih krhotina,
5. da li je ručna električna brusilica tako konstruisana i zatvorena da se omogućava odgovarajuću zaštitu od slučajnog kontakta sa dijelovima pod naponom,
6. da li ručna električna brusilica ima odgovarajuće hvatajuće površine kako bi se osiguralo sigurno držanje mašine prilikom upotrebe. Brusilica čiji prečnik brusnog diska prelazi 100 mm mora imati najmanje dvije ručke. Jedna od ručki može biti tijelo brusilice, ako je oblikovano na odgovarajući način.

Pored navedenih savjeta, ručne električne brusilice moraju zadovoljiti i sve ostale sigurnosne zahtjeve koji su propisani Naredbom o sigurnosti mašina („Službeni glasnik BiH“, broj 04/10), kao i standardom BAS EN 62841-1:2016 i BAS EN 60745-2-3:2012.

Izjava o usklađenosti mora biti priložena uz svaku ručnu električnu brusilicu i mora sadržavati sljedeće podatke:

- naziv i adresu proizvođača ili njegovog ovlaštenog zastupnika,
- opis mašine (izvedba, tip, serijski broj),
- sve bitne propise s kojima je ručna električna brusilica usklađena,
- upućivanje na primijenjene standarde,
- podatke o licu ovlaštenom za potpisivanje u ime proizvođača ili ovlaštenog zastupnika.

Izjava o usklađenosti može biti priložena uz mašinu kao poseban dokument, ali se u dosta slučajeva kopija ovog dokumenta nalazi u sastavu uputstva za upotrebu u malom formatu.

Agencija za nadzor nad tržištem BiH, u saradnji sa nadležnim tržišnim inspekcijama entiteta i Brčko distrikta BiH, je u predhodnom periodu provela nadzor ovih mašina koje su stavljene na tržište Bosne i Hercegovine. Tom

prilikom je utvrđeno da više od dvije trećine kontrolisanih tipova proizvoda ne ispunjavaju sigurnosne zahtjeve propisane Naredbom o sigurnosti mašina („Službeni glasnik BiH“, broj 04/10), te da za potrošače mogu predstavljati rizik od povreda. Poslovni subjekti su u većini slučajeva izvršili usklađivanje neusklađenih ručnih električnih brusilica s odredbama propisanim Naredbom o sigurnosti mašina, dok je jedan broj proizvoda koji nije mogao biti usklađen morao biti uništen.

*Mane Vrhovac, stručni savjetnik
Agencija za nadzor nad tržištem BiH
Mane.Vrhovac@annt.gov.ba*



VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE
СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ
FOREIGN TRADE CHAMBER OF BOSNIA AND HERZEGOVINA



Digitalna transformacija Bosne i Hercegovine

Utvrđivanje digitalnog raskoraka bh. društva u odnosu na regiju zapadnog Balkana i EU,
uz osvrt na dobre prakse EU

Prepoznajući važnost uvođenja digitalnih tehnologija u cjelokupno bh. društvo, Vanjskotrgovinska komora BiH je pripremila Ediciju Digitalna transformacija Bosne i Hercegovine, koju čine 13 studija koje pokrivaju sve bitne sfere društvenog života.

Narudžba edicije ili pojedinačnih studija vrši se pozivom na broj 033 214-292 ili na e-mail nijaza.avdic@komorabih.ba

Komplet edicija (13 studija)

350 KM

Studija/separat po Vašem izboru

30 KM

U cijeni su uračunati PDV i troškovi dostave.

Kupovinom edicije/studije podržavate proces digitalizacije Bosne i Hercegovine i dajete doprinos razvoju bh. privrede i društva u cjelini.