



Finansira Evropska unija



german
cooperation

DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

NOVLIS
NETWORK OF VALUE ADDING LOCAL INNOVATION STRUCTURES

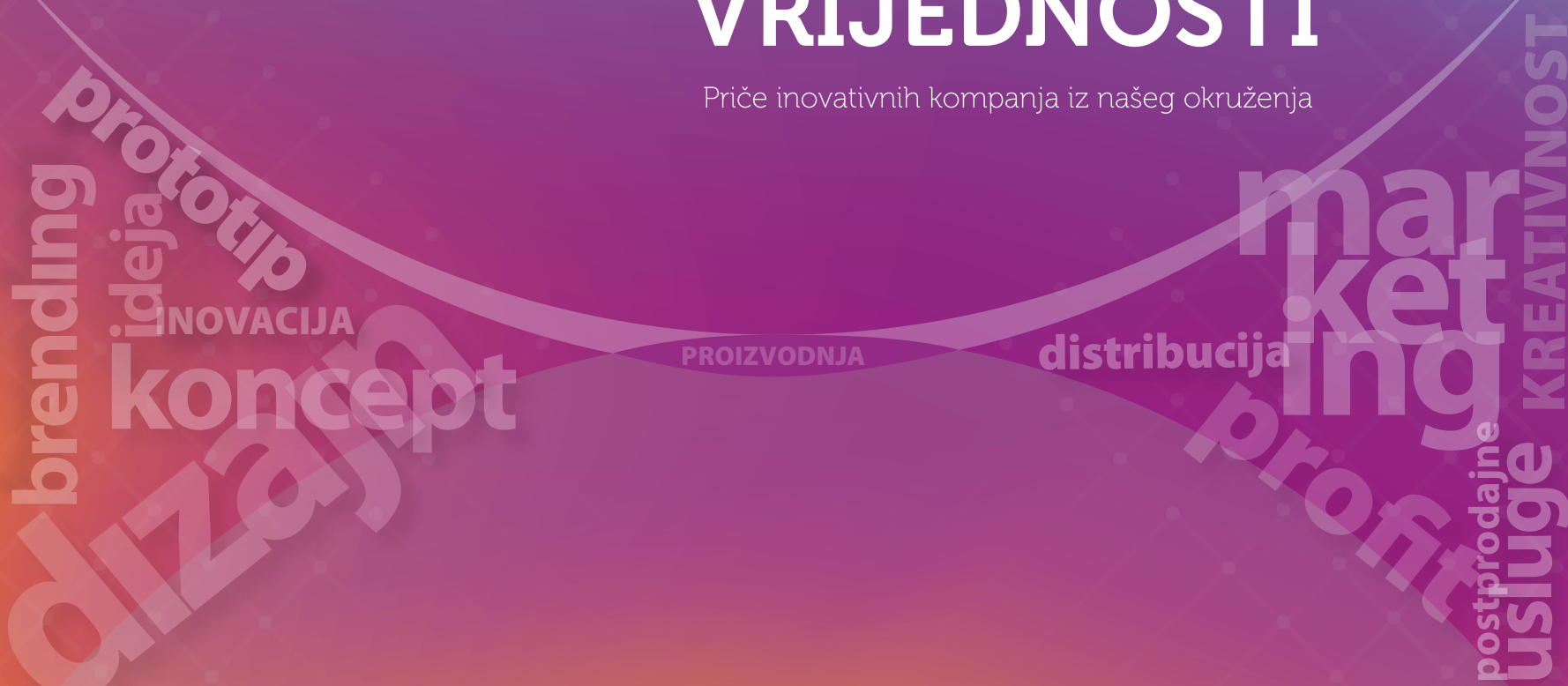


EU4Business

25 institutions, 100+ local partners
For sustainable and inclusive local economy

kako do VEĆE DODANE VRIJEDNOSTI

Priče inovativnih kompanija iz našeg okruženja



Implementiraju:

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



International
Labour
Organization



KAKO DO VEĆE DODANE VRIJEDNOSTI

Izdavač:

Eda - Agencija za razvoj preduzeća, Banja Luka
eda@edabl.org

Za izdavača:

Zdravko Miović

Urednici:

Miloš Šipragić, Goran Janković

Dizajn i kompjuterska priprema:

Nenad Savković

Sa ciljem jačanja ekonomije BiH, EU4Business projekat Evropske unije potiče razvoj preduzetništva, izvozno orijentisanih sektora, turizma i poljoprivrede, kao i ruralni razvoj.

EU4Business projekat vrijedan je 16,1 miliona evra, a zajednički ga finansiraju Evropska unija (15 miliona evra) i Savezna Republika Njemačka (1,1 miliona evra). Projekat zajedno provode GIZ, ILO i UNDP, od aprila 2018. godine do marta 2022. godine.

EU4Business je dio programa Lokalne razvojne strategije - Programa lokalne samouprave i ekonomskog razvoja u BiH, koje podržava Federalno ministarstvo za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) SR Njemačke. Za više informacija o EU4Business projektu posjetite: www.eu4business.ba.

Ova publikacija je pripremljena kroz projekat NOVALIS koji jača konkurentnost metalo-prerade i drvne industrije kao ključnih izvozno-orijentisanih sektora sjeverozapadnog dijela Bosne i Hercegovine. NOVALIS je podržan sredstvima Evropske unije (EU) i Njemačkog saveznog ministarstva za ekonomsku saradnju i razvoj (BMZ) u okviru EU4Business projekta u BiH.

Sadržaj publikacije je isključiva odgovornost Agencije za razvoj preduzeća Eda i ne odražava nužno stanovišta EU ili BMZ-a.

© 2020 NOVALIS - Sva prava pridržana

Sadržaj

Uvod	5	
Metalska i srodne industrije	6	 strana 7  strana 12  strana 16  strana 20  strana 24  strana 28  strana 32
Proizvodnja namještaja	36	 strana 37  strana 42  strana 46  strana 50
Informaciono-komunikacione tehnologije	54	 strana 55  strana 58  strana 62  strana 66
Pogovor	56	

Uvod

Publikacija koja se nalazi pred vama je pripremljena kao dio istraživačkih aktivnosti projekta Novalis - Network of Value Adding Local Innovation Structures (mreža lokalnih struktura za kreiranje dodane vrijednosti).

Riječ je o „kolažu“ priča o inovativnim preduzećima¹ sa područja Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine i Srbije. Na prvi pogled, može se učiniti da ova preduzeća nemaju ništa zajedničko – posluju u različitim državama, bave se metaloprerađom, drvoprerađom i informaciono-komunikacionim tehnologijama, nude različit spektar proizvoda i usluga, imaju različite promete i broj zaposlenih. Ipak, nešto im je zajedničko. Svi oni imaju svoje proizvode, od kojih su mnogi postali prepoznatljivi na regionalnom ili globalnom tržištu. Takođe, svi oni su pridaju mnogo pažnje i ulažu značajna sredstva u aktivnosti koje se ne odnose samo na proizvodnju, već intenzivno rade na istraživanju i razvoju, dizajnu svojih proizvoda, marketingu i brendingu, koji su u velikoj mjeri doprinijeli kreiranju dodane vrijednosti i željenom pozicioniranju na tržištu.

S obzirom na to da u oblasti metaloprerađe i drvoprerađe na pomenutim prostorima većina preduzeća nema svoje proizvode, živi od uslužne proizvodnje i zavisna je od poslovnih kupaca koji im daju narudžbe za izvršavanje precizno definisanih zadataka (što je, posebno u aktuelnim uslovima, rizičan model poslovanja), želimo da skrenemo pažnju na važnost posjedovanja vlastitog proizvoda i izgradnje vlastitog brenda.

Da bismo preduzećima koja žele da pođu ovim putem olakšali kretanje u ovom pravcu, kontaktirali smo sa predstavnicima kompanija i ukratko prikazali njihov put na razvoju inovativnih proizvoda. Pitali smo ih kako su došli do ideje za svoje proizvode, kako je tekao proces razvoja i lansiranja proizvoda na tržište, sa kojim izazovima su se suočavali i kako su ih prevazilazili, kako rade na unapređenju postojećih i razvoju novih proizvoda, šta ih pokreće na inovacije i šta im omogućava da se uspješno bave inovacijama, kako ih kupci percipiraju i po čemu se razlikuju od drugih.

Nadamo se da će priče direktora uspješnih kompanija biti zanimljive i korisne, te da će poslužiti kao inspiracija svima onima koji već vode vlastita preduzeća i onima koji razmišljaju da krenu tim putem.

Još jednom zahvaljujemo direktorima svih kompanija i njihovim saradnicima na saradnji i podršci u pripremi ove publikacije.

Eda tim

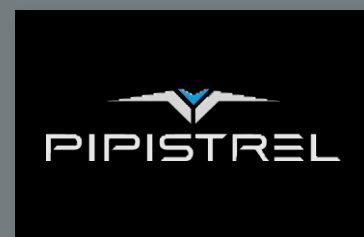
¹ Inovacije predstavljaju „primjenu novog ili značajno unaprijeđenog proizvoda (dobra ili usluge) ili procesa, novog marketinškog metoda ili novog načina organizacije poslovanja, radnog mjesta ili eksternih odnosa“ (Oslo priručnik, OECD/Eurostat, 2005).

Metalska i srodne industrije

Ili prvi ili ništa



Nuuva V20-V300



Pipistrel d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod / usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Goriška cesta 50a, SI – 5270 Ajdovščina,
Slovenija

Ivo Boscarol, direktor

+386 5 36 63 873

info@pipistrel-aircraft.com

www.pipistrel-aircraft.com

Laki avioni, OPV (opcionalno pilotirana
vozila) i UAV (bespilotne letjelice).

97 zemalja na 5 kontinenata

200

Pipistrel je osnovan 1989. godine kao prvi privatni proizvođač aviona u bivšoj Jugoslaviji, sa vizijom da letenje učini dostupnim svima.



Naziv kompanije je izveden iz latinske riječi za šišmiša - pipistrellus. Gospodin Ivo Boscarol, osnivač i direktor grupe Pipistrel, pionir je pristupačne avijacije još od 1975. godine. Jedan je od dizajnera različitih modela aviona koji su osvojili nekoliko svjetskih prvenstava i suosnivač je nove svjetske kategorije u letenju - „mikrolake“ kategorije. Rangiran je među 100 „najinovativnijih osoba“ u Evropi. Gospodin Boscarol ističe: „Važno je postaviti ciljeve tako visoko da su oni nedostižni. Tek tada je moguće postati najbolji na svijetu. Drugi može biti bilo ko, ali je prvi samo jedan. **Ili prvi ili ništa!**“



Međunarodne nagrade



U svojih 30 godina, Pipistrel je izrastao iz proizvodnje zmajeva u garaži kao hobija entuzijaste, u svjetski poznatog malog proizvođača aviona, kojeg su prepoznali vodeći svjetski autoriteti u vazduhoplovstvu. Svojim revolucionarnim idejama, Pipistrel je uveo primjenu kompozitnih materijala u proizvodnji mikrolakih i lakih sportskih aviona, ostvario je prvi let aviona dvosjeda i četvorosjeda na električni pogon, pobijedio je u sva tri NASA-ina takmičenja (NASA Green Flight Challenge za 2011. – nagrada od 1,3 miliona USD, GAT 2008 i PAV 2007), a dobitnik je i European Business Award kao najinovativnija kompanija u EU za 2010. godinu (između 15.000 ocijenjenih kompanija).

Pipistrel grupa se sastoji od: Pipistrel Aircraft kompanije (bavi se proizvodnjom aviona, održavanjem i prodajom aviona), Pipistrel Vertical Solutions (Pipistrel-ov odjel za istraživanje i razvoj i certifikaciju), Pipistrel Italia (vrhunski proizvodni pogon u Gorici za finalnu montažu i pripremu isporuka) i Pipistrel Asia Pacific (Pipistrel-ovo čvorište u Jurongu - Kina za razvoj poslovanja na novim brzo rastućim tržištima).

Organizacija i proizvodnja - jedan avion svakog radnog dana

Pipstrel je fokusiran na razvoj novih ekološki prihvatljivih aviona i koncepta „zelenog letenja“. Proizvode više od 12 modela aviona, a za 31 godinu proizvedeno je više od 2200 aviona. U posljednje vrijeme, organizacija je koncipirana tako da se jedan avion proizvede svakog radnog dana. Kako bi se Pipistrel avioni učinili pristupačnim, dizajn proizvoda se bazira na sljedećim principima: što manji otpor, što veći uzgon, najmanja moguća snaga motora, potrošnja energije i buka, moguć let bez snage motora, lakoća rukovanja, ekološki prihvatljivi biorazgradivi materijali, efikasna (lean) proizvodnja, niski troškovi korištenja i pristupačna pilotska licenca. Sve relevantne aktivnosti se provode interno: ideja i razvoj, izrada prototipa, ispitivanje na zemlji i u zraku, postupak certificiranja, serijska proizvodnja, podrška kupcima nakon prodaje od strane vlastite međunarodne mreže.



Panthera

Panthera - pilotska kabina



Konceptualni dizajn je prvi korak u ciklusu od ideje do certifikacije. Gospodin Boscarol objašnjava: „Sami razvijamo nove avione, ali takođe možemo krenuti od dizajna koji nam da klijent kako bismo oblikovali funkcionalnu konfiguraciju, uradili procjenu performansi leta, aerodinamički i strukturalni preliminarni dizajn, procjenu težine i ravnoteže, kao i ergonomsku studiju. Paralelno sa tim pripremamo 3D CAD modele, definišemo faze projekata, radimo na upotrebljivosti i izvještajima o procjeni tržišta sa procjenom bruto budžeta. Prije nego što novi model krene u proizvodnju, u raznim testovima se uništi pet prototipa. Svaki dio prolazi tri provjere kvaliteta - prvi nakon što je napravljen, drugi na montaži i treći prije isporuke. Jer, greške u vazduhoplovstvu su nedopustive.“ Proizvodnja je vrlo efikasna i zasnovana na principima efikasne (lean) proizvodnje i sistemu 20 ključeva kompanije Toyota. Važno je napomenuti da postoji mnogo mogućnosti za prilagođavanje u skladu sa potrebama i željama kupaca, od koncepta do serijske proizvodnje.

Zaposleni osjećaju kao da su članovi velike porodice.

Briga o zaposlenima

Nakon osvajanja nagrada na takmičenjima, NASA je inženjerima Pipistrela nudila plate od 250.000 dolara godišnje. Odbili su, iako je plata u Pipistrelu mnogo manja. Zaključili su da će u NASA-i biti samo jedan od tri hiljade drugih zaposlenih i da se u tome mogu lako izgubiti, dok u Pipistrelu imaju priliku da rade ono što drugdje ne mogu. Radno vrijeme je od 8 do 16 sati i niko ne mora da radi prekovremeno. Vikendi su neradni, jer je važno da zaposleni imaju dovoljno vremena za svoje porodice i da budu zadovoljni. Takođe, zaposleni učestvuju u raspodjeli dobiti kompanije.



Vodeći modeli i nova saradnja sa kompanijom UBER

Taurus Electro je prvi avion dvosjed sa električnim pogonom na svijetu. Napravljen je 2007. godine i proglašen je jednom od deset najboljih inovacija na svijetu u 2008. godini.

Avioni Pipistrel su idealni za većinu radova u vazduhu, te za misije i operacije nadgledanja. Nekoliko modela aviona Pipistrel se koristi za program obuke za letenje (X-Alpha Simulator, Virus SW 121, Velis Electro, Alpha Trainer i Panthera), dok su neki od klijenata u ovom segmentu indijska vojska - vazduhoplovstvo, mornarica i nacionalni kadetski korpus (NCC), američke zračne snage (USAF), te 43 Airschool (najveća škola letenja u Africi).

Od 2014. godine, Pipistrel aktivno radi na konceptu električnog vertikalnog uzlijetanja i slijetanja (E-VTOL) i na konceptu letećeg vozila za UBER. UBER je izabrao kompaniju Pipistrel za razvoj aviona sa sljedećim karakteristikama: vozilo sa vertikalnim uzlijetanjem i slijetanjem sa 3-5 sjedišta, električno ili hibridno, dizajnirano za gradski promet, sa dometom od 60 milja i brzinom od 150 milja na sat. U toku je razvoj prototipova ovih letećih vozila, a nakon 5 godina ispitivanja i certificiranja, cilj je da budu operativni u 6 gradova do 2025. To bi trebalo doprinijeti smanjenju buke i zagađenja u gradovima, te smanjenju stresa za njihove građane kroz izbjegavanje saobraćajnih gužvi i zastoja. Takođe za UBER, Pipistrel razvija miniliner - avion sa 19 sjedišta, pokretan hidrogenovim gorivim ćelijama, sa nultom emisijom.

Svjetski rekord u letu na elektropogon

Pipistrelov avion Velis Electro kojeg pokreće akumulator, nedavno je dobio certifikat o tipu od Agencije Evropske unije za sigurnost vazdušnog saobraćaja (EASA). Ovo je prvi put u svijetu da je potpuno električni avion dostigao taj standard. Certifikacija o tipu Pipistrelovog aviona Velis Electro predstavlja prekretnicu u istoriji vazduhoplovstva prema komercijalnoj upotrebi električnih aviona, što je neophodno kako bi vazduhoplovstvo bez emisija bilo moguće.

Pipistrel je prvi svjetski proizvođač električnih motora za avione. Certificirani motor E-811 je takođe dostupan i drugima. Avion je dizajniran tako da bude lak za rukovanje i jednostavan za održavanje.



U periodu od 30. avgusta 2020. do 1. septembra 2020. godine, Velis Electro je oborio 7 svjetskih rekorda u letu od Alpa (Zürich) do Sjevernog mora dužine 700 km. Pored ostalih, oboreni su rekordi koji se odnose na najmanju potrošnju energije (kWh/100 km) i najveću prosječnu brzinu za male avione.

Neki poznati vlasnici aviona i gosti

Pipistrel avioni se prodaju privatnim licima i vladama u 97 zemalja na 5 kontinenata. Jedan od poznatih vlasnika aviona Pipistrel je i gospodin Steve Morse, gitarista grupe Deep Purple (posjeduje Pipistrel Sinus i Pipistrel Apis). Fabriku Pipistrel su posjetile mnoge poznate osobe kao što je npr. gospodin Larry Page, osnivač i suvlasnik kompanije Google, gospodin Joe Sutter, konstruktor aviona Boeing 747 itd.

Intervju sa g. Ivom Boscarolom, osnivačem i predsjednikom Pipistrel grupe

Bez inovacija nema opstanka



Pored jahti, kompanija DERUBIS Yachts takođe proizvodi i luksuzne kamp-prikolice dužine 7 metara.

Kompanija DERUBIS Yachts iz Viteza je jedina kompanija u Bosni i Hercegovini koja proizvodi jahte. Najveća među njima je Derubis 44 Fly. Riječ je o luksuznom motornom katamaranu koji je dugačak 14 metara, širok 4,5 metra i visok 6 metara. Prostor u jahti je organizovan na tri nivoa, a pogodna je za boravak 10 odraslih osoba. Sastoji se od 4 kabine, 4 kupatila, salona od 18 kvadratnih metara, bazena, mosta od 20 i palube od osam kvadratnih metara, te panoramskih prozora.



Derubis 44 Fly



DERUBIS Yachts
d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod / usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Dubravica bb, 72250 Vitez
Bosna i Hercegovina
Lejla Kraljević, izvršna direktorica
+387 (0)63 365 715, +387 (0)63 400 846
info@derubisyachts.eu
www.derubisyachts.eu

Proizvodnja poliesterskih kalupa, brodova,
kuća na vodi i kamp-prikolica.

globalno tržište

10

**Tržišta luksuznih proizvoda -
šansa za pozicioniranje**

Na pitanje otkud ideja za proizvodnju jahti, kada u Bosni i Hercegovini ne postoji tradicija u ovakvoj proizvodnji, niti iko drugi u Bosni i Hercegovini proizvodi jahte, g. Denis Kraljević, osnivač i direktor kompanije koji je ujedno i projektant, pojašnjava: „Tradicija u današnjem vremenu novih tehnologija i savremenih načina proizvodnje nema posebno veliku važnost. Svako tržište, a posebno tržište luksuznih proizvoda zahtijeva svakodnevno prilagođavanje najnovijim dostignućima, što i nama daje šansu da se kao zemlja bez tradicije u ovoj oblasti dobro pozicioniramo. Trideset godina našeg iskustva u brodogradnji i povoljno poslovno okruženje rezultirali su stvaranjem ovog kompleksnog proizvoda“.

„Svi dijelovi jahte su proizvedeni u Bosni i Hercegovini, osim dizel motora i navigacijskih uređaja/GPS plotera. Riječ je o jednom od tehnički najzahtjevnijih proizvoda koji je proizveden u Bosni i Hercegovini.“

Kad 10 kompanija radi na jednom proizvodu

O razvoju i lansiranju proizvoda na tržište, gospodin Kraljević kaže: „Nakon definiranja tržišne niše i faze ispitivanja tržišta, pokrenuli smo fazu stvaranja idejnog rješenja za brod. Nakon toga je urađena kompletna dokumentacija potrebna za pokretanje serijske proizvodnje, izrađeni su modeli u prirodnoj veličini, te su izrađeni kalupi za serijsku proizvodnju. U ovom procesu, jedan od najvećih izazova sa kojim smo se suočili jeste organiziranje klastera 10 kompanija koje rade na jednom proizvodu, uz usklađivanje tehničke dokumentacije, obuku radnika i uvođenje najnovijih tehnoloških rješenja u procesu proizvodnje kalupa. U prevazilaženju ovih izazova, najvažniju ulogu je odigrala naša želja i iskustvo da napravimo jedan ovakav složeni proizvod koji se sastoji od 1400 pozicija“.



Bez inovacija nema opstanka

„Mi smo stalno u razvoju, jer samo uvođenje novih tehnologija i stvaranje novih finalnih proizvoda, može garantirati uspjehnost jedne kompanije. Stanje na tržištu se munjevito mijenja, pa se nameće potreba biti korak ispred konkurencije“, objašnjava gospodin Kraljević. Na pitanje šta kompaniju pokreće na inovacije, on objašnjava:

„Svaka inovacija nastaje iz potrebe. I točak je nastao iz potrebe da se teret ne nosi, nego da se on gura. Mi u Bosni i Hercegovini smo osuđeni na stalna pronalaženja inovativnih rješenja u svim segmentima života, tako da je inovacija kod nas vezana za opstanak.“

Niko nema sluha, želje ni novca da finansira inovacije

Pitamo gospodina Kraljevića šta kompaniji DERUBIS Yachts omogućava da se uspješno bavi inovacijama.

„Opredjeljenje firme da kompletan prihod ponovno usmjeravamo na inovacije i tako osiguramo pretpostavke za neko buduće vrijeme u kojem će i situacija na tržištu biti stabilnija. Vanjski uticaji na naše inovacije ne postoje, jer niko nema sluha, želje, a ni novca da finansira inovacije, što je jako razočaravajuće.“

Reakcije kupaca su izvanredne

„Naš proizvod se od ostalih razlikuje po tome što smo uveli veliki broj inovativnih rješenja od ergonomije unutarnjeg prostora, inovativnih elektropogona i još desetak inovacija. Proizvod je namijenjen prvenstveno charter kompanijama koje jako dobro znaju šta je kvalitetan brod, a njihove reakcije su izvanredne“, kaže gospodin Kraljević

Fokusirati se na visoko profitabilne poslove



„Kod visoko profitabilnih poslova, definitivno nema potrebe za bilo kakvim vidom pomoći. Sada je u Bosni i Hercegovini premalo kompanija koje rade visoko profitabilne poslove, pa je to jedan od najvećih razloga zašto ukupno stojimo ovako loše. Za rješavanje te problematike potrebni su rezovi i promjene djelatnosti u mnogim firmama.“

Kao poruka na kraju, gospodin Kraljević ističe:

„Stvaranje pretpostavki za normalan rad start up firmama koje imaju dobre ideje i bave se stvaranjem gotovih proizvoda bi u kratkom vremenskom periodu pretvorilo našu zemlju u poželjno mjesto stranom kapitalu, ali u onom pozitivnom smislu kada strani kapital ne ulazi u državu kroz banke koje isisavaju novac i staru istrošenu tehnologiju koja generira sirotinju, već kroz povezivanje na razvoju naših proizvoda, proizvedenih i brendiranih u Bosni i Hercegovini. Država mora pomagati samo one kompanije koji se bore na domaćem i svjetskom tržištu radeći nisko profitabilne poslove.“

Intervju sa g. Denisom Kraljevićem, osnivačem, direktorom i projektantom kompanije DERUBIS Yachts.



Stalni napredak kao pokretač na inoviranje



CROMEX d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvodi:

Usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Brežičanski put bb, 79 101 Prijedor
Bosna i Hercegovina
Enes Pehlić, direktor
+387 (0)52 30 40 50; +387 (0)66 910 102
info@cromex.ba, enes.pehlic@cromex.ba
www.cromex.ba

Metalne konstrukcije, ograde, mopedi, električni bicikli, javni toaleti po anti-vandal sistemu, stalci za transport vrata i prozora, metalni okviri za automobilske tablice, sklopiva ruda za šlepanje.

Lasersko rezanje metala, lasersko rezanje cijevi, savijanje metalnih profila, zavarivanje metala, 3D savijanje cijevi, projektovanje, planiranje i dizajn (Acad i Solidworks), testiranje modela.

Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Njemačka, Italija, Švajcarska, Austrija, Crna Gora

70

„Usmjereni na stalni napredak, tehnološka poboljšanja, traženje inovacija i ulaganje u stručno osoblje, želimo da naša kompanija postane sinonim za kvalitetu u metalnoj industriji“.



Javni toalet od inoksa, anti-vandal sistem

Električni motocikli - budućnost i potencijal za razvoj



O proizvodnom programu kompanije, gospodin Pehlić kaže: „Prema učešću u prihodima naši najznačajniji proizvodi i usluge su metalne konstrukcije koje se primjenjuju u građevinarstvu, auto industriji i drugim industrijama, metalne ograde i stepeništa, usluge laserskog rezanja koje se rade na najsavremenijoj laserskoj i CNC opremi, kao i motocikli Torini.“

S obzirom na to da su motocikli Torini izazvali veliku pažnju i interesovanje javnosti, molimo g. Pehlića da nam kaže nešto više o njima. „Riječ je o motociklima do 50 kubika sa benzinskim motorom, a s obzirom na aktuelne trendove i potražnju na svjetskom tržištu, proizveli smo i motocikle na električni pogon. U njih ugrađujemo litijumsku bateriju od 35Ah koja omogućava da se sa jednim punjenjem pređe od 70 do 100 kilometara. Punjenje električnog motocikla traje dva sata i puni se na običnu utičnicu. Motocikl smo patentirali, registrirali u EU, uradili homologaciju i pribavili sve potrebne certifikate“, pojašnjava g. Pehlić.



Moped Torini

Kontinuirani ciklus: ideja – nacrt – prototip – testiranje – tržište

„U ovom procesu, jedan od najvećih izazova je finansiranje uvođenja novog proizvoda koji je najčešće praćen potrebom uvođenja novih tehnologija koje su veoma skupe. Pored toga, veliki izazov je obezbijediti kvalitetne uposlenike u svim fazama procesa“, pojašnjava g. Pehlić.

Pitamo g. Pehlića kako je došao na ideju za ovaj proizvod. „Kako uvijek tragamo za nečim novim, uvidjeli smo da postoji potreba za električnim motociklima u kojima vidimo budućnost i potencijal za razvoj. U našem bližem okruženju nema proizvođača motocikla, što nam je bio dodatni poticaj da idemo u tom pravcu. Inače, svi naši proizvodi su plod inovacija prije svega osnivača kompanije, gospodina Mirsada Ramića, čije se inovativne ideje u našem projektnom odjelu razvijaju sve do same proizvodnje. U ovom procesu veoma značajnu ulogu imaju naši uposlenici u projektnom birou, te naši proizvodni radnici koji sve ovo na kraju finaliziraju. Pored ovoga kroz outsourcing koristimo ideje trećih lica, sklapamo sa njima ugovore o realizaciji projektne ideje do proizvodnje koja se obavezno odvija u našim proizvodnim pogonima“.

Kada je riječ o razvoju i lansiranju proizvoda na tržište, ovaj proces uvijek kreće od inovativne ideje za koju se procijeni da bi mogla imati svoje mjesto na tržištu. Poslije toga se radi osnovni nacrt samog proizvoda. „Za ovaj dio procesa smo veoma dobro opremljeni najsavremenijim kompjuterima i softverima za ovu vrstu posla. Također, imamo veoma obrazovan i sposoban tehnički kadar koji sve ovo obavlja. Kada se urade svi proračuni i završe nacrti onda se šalju u proizvodnju. To se u našoj kompaniji odvija elektronski jer su sve naše najvažnije mašine i oprema novi i kompjuterizovani tako da je mogućnost ljudske greške u ovoj fazi svedena na minimum. Zatim slijedi faza izrade prototipa proizvoda, njegovo testiranje, te nakon što se otklone sve eventualne nepravilnosti, novi proizvod ide u proizvodnju za tržište. Naravno, ovaj proces tu ne prestaje, nego se i nakon što se lansira novi proizvod konstantno radi na njegovom usavršavanju i otklanjanju eventualnih nedostataka, oslanjajući se na povratne informacije sa tržišta, od krajnjih korisnika našeg proizvoda“ ističe g. Pehlić.

Metalna konstrukcija – platforma



Električni bicikli

Stalni napredak kao pokretač na inoviranje

Na pitanje šta kompaniju Cromex pokreće na stalne inovacije, g. Pehlić odgovara: „Osnovni pokretač je naše usmjerenje na stalni napredak, tehnološka poboljšanja, traženje inovacija i ulaganje u stručno osoblje. Time želimo da naša kompanija postane sinonim za kvalitetu u metalnoj industriji. Kvalitetnom realizacijom ovog cilja, obim prihoda i profitabilnost dođu same po sebi, kao posljedica realizacije ovog cilja. Pri tome treba napomenuti da uspješno bavljenje inovacijama omogućavaju naši uposlenici - od rukovodećeg do proizvodnog osoblja, kao i dobra tehnička opremljenost.“

Orijentacija na razvoj vlastitih proizvoda i kadrova

Na kraju, molimo g. Pehlića da nam objasni po čemu se kompanija Cromex razlikuje od drugih. „Prije svega razlikujemo se u samom pristupu poslu gdje nam je kvalitet proizvoda i zadovoljstvo naših kupaca na prvom mjestu. Zatim, naša orijentacija u metalnoj industriji je razvoj i proizvodnja vlastitih proizvoda u što većem obimu. Prodaja takvih proizvoda na inostranom tržištu omogućava postizanje dobre cijene, čime se ostvaruje projektovana profitabilnost. Naš cilj nije da rastemo po svaku cijenu radeći samo dijelove tuđih proizvoda, najčešće po niskim cijenama, gdje uvijek postoji opasnost da vas kupac zamijeni nekim drugim koji je još jeftiniji. Naša kompanija zaista mnogo ulaže u razvoj kadrova koji su veoma deficitarni na našem tržištu, što je već prepoznato ne samo na području naše regije nego i šire. Naš odnos prema kvalitetnim radnicima je umnogome drugačiji nego u većini drugih kompanija u metalnom sektoru“.

„Kupci kojih je svakim danom sve više, odlično prihvataju naše proizvode. Dovoljno je pogledati našu veb-stranicu kao i naše profile na društvenim mrežama i vidjeti njihove pozitivne komentare i reakcije. Kao rezultat ovoga, bilježimo stalno povećanje obima poslovanja i broja uposlenih radnika. Vjerujemo da će se ovaj trend nastaviti i u periodu koji je pred nama“, zaključuje gospodin Pehlić.

Intervju sa g. Enesom Pehlićem, direktorom kompanije Cromex



Patentirana rješenja koja povećavaju kapacitet, štede prostor i ubrzavaju proizvodnju



Sa sajma Holz-Handwerk u Nirnergu

Kompanija Wischt se već duži niz godina bavi proizvodnjom vakuum presa sa membranom koje se koriste za lijepljenje različitih materijala hladnim i toplim postupkom. „Prednost vakuum presa sa membranom u odnosu na standardne prese je u načinu na koji one rade, a to je vršenje pritiska na materijal stvaranjem vakuma između radne ploče i membrane. Takav princip rada omogućava da se zbog elastičnosti membrane i ravnomjernosti ostvarenog pritiska radi sa najrazličitijim formama elemenata“, objašnjava gospodin Višt, direktor kompanije.

Kada su inovativna rješenja u pitanju, jedan od najbitnijih proizvoda kompanije predstavlja grupa rotacionih vakuum presa sa više radnih stolova. Upravo za ovakvu vrstu prese vlasnik kompanije, gospodin Zvezdan Višt, patentirao je svoje inovativno tehnološko rješenje koje je omogućilo povećanje kapaciteta ovakve opreme i do 400%, uštedu prostora u proizvodnim halama klijenata, kao i ubrzanje procesa proizvodnje.

Takođe, važno je istaknuti multifunkcionalne prese koje se sastoje i do čak 5 presa u jednoj mašini, po čemu su one jedinstvene u svijetu. Isto tako treba pomenuti model vakuum prese za sublimaciju velikih dimenzija (prenošenje slika sa transfer papira na različite vrste materijala), koja se koristi u grafičkoj industriji i predstavlja apsolutnu inovaciju u svijetu sublimacije.



WISCHT d.o.o.

Kontakt osoba:

Bukovica Velika 11, 74 213 Doboj

Bosna i Hercegovina

Zvezdan Višt, direktor

+387 (0)53 229 244

info@wischt.net

www.wischt-vacuum-presses.com

Proizvodi/usluge:

Proizvodnja vakuum presa sa membranom

Tržišta:

Italija, Češka, Velika Britanija, Austrija, Holandija, Rusija, Litvanija, Portugal, Kanada, SAD, Singapur, Indija, Kina, Malezija, Južnoafrička Republika, Peru, Argentina i dr.

Broj zaposlenih:

18



Optimus 55



WPE SUBLI.

Od nemogućnosti kupovine tuđe, do izvoza vlastite vakuum prese na (skoro) sve kontinente



VPM2



RVPM6

„Danas kompanija Wischt izvozi preko 95% svojih proizvoda. Vakuum prese Wischt se nalaze na svim kontinentima širom svijeta izuzev Australije, a u toku su pregovori sa potencijalnim kupcima i iz te zemlje“, navodi gospodin Višt.

Ne tako davne 2005. godine, Zvezdan Višt je bio vlasnik zanatske radnje koja se bavila izradom građevinske stolarije i namještaja. „Tada je radnja zapošljavala svega tri radnika. Na našim prostorima su se pojavile prve vakuum prese iz uvoza. Zbog zahtjeva tržišta, a u nedostatku novčanih sredstava za nabavku takve opreme, odlučili smo da takvu presu pokušamo napraviti“, priča gospodin Višt. Koristeći stečeno inženjersko znanje, porodičnu kreativnost i veliku upornost, g. Višt je izradio prvi prosti model vakuum prese sa membranom. Svi kasniji modeli uslijedili su kao rezultat konstantnog usavršavanja osnovnog modela i primjene novih ideja. Nakon razvoja prvog prostog modela vakuum prese sa membranom uslijedilo je i prvo pojavljivanje u javnosti 2007. godine, na sajmu namještaja i opreme u Banjaluci gdje je izložen prvi, standardni model. Iste te godine je uslijedilo i učešće na sajmu u Beogradu, nakon čega su se pojavili i prvi kupci. Počela je skromna prodaja (svega šest mašina u toj godini), ali je ona dala podstrek i naznake da se radi o tržištu i proizvodima za koje i te kako ima interesovanja. Uslijedio je proces tehnološkog usavršavanja, testiranja i razvoja samog proizvoda, kao i analiza tržišta i posjeta inostranim sajmovima.

Prijavljivanjem na takmičenje za najbolju tehnološku inovaciju, stiču se znanja koja će pomoći da se započeti biznis postavi na viši nivo. Ovo takmičenje je doprinijelo edukaciji i razvoju biznisa kao i sticanju novih poslovnih znanja. Kompanija Wischt pobjeđuje na tom takmičenju kao apsolutni pobjednik iz Republike Srpske, patentira svoj izum, a ubrzo potom se potpisuje i prvi značajniji ugovor sa italijanskim partnerom za inostrano tržište, koje otvara vrata širenju biznisa.

„Tokom 2012. godine nastupamo na Međunarodnom sajmu u Njimegradu i privlačimo značajnu pažnju kupaca, ali i konkurenata. Tih godina preduzeće Wischt dobija možda i najznačajniju referencu - Nacionalnu agenciju za avio i svemirska istraživanja Indije, državnu instituciju koja zapošljava preko šest stotina naučnika, pri čemu smo na tenderu „pobijedili“ kompanije koje rade za Boing i Mirage“, ističe gospodin Višt. Narednih godina, Wischt vakuum prese su izlagane na međunarodnim sajmovima u Amsterdamu, Las Vegasu, Dubaiju, Njimegradu itd.

„Najveći izazovi sa kojima se firma susretala tokom procesa razvoja i uvođenja novih proizvoda su pretežno finansijske prirode.“

Model mašine sa patentiranim rješenjima



Finansijska sredstva kao ograničenje

Gospodin Višt pojašnjava: „Nedostajala su nam finansijska sredstva za razvoj i testiranje proizvoda, ali ponajviše za marketing i reklamiranje inovativnih proizvoda, prije svega na inostranom tržištu. Takođe, učešća na svjetski poznatim međunarodnim sajmovima su iziskivala velika ulaganja. Ovo smo prevazilazili korištenjem pretežno ličnih sredstava ili bankarskih kredita, a bitno je napomenuti i podršku Ministarstva privrede i preduzetništva Republike Srpske kroz podsticaje za izvoz.“

Pokretači inovacija

Na pitanje šta ih pokreće na inovacije, g. Višt odgovara: „Na inovacije nas pokreće želja za konstantnim napredovanjem i razvojem originalnih proizvoda u odnosu na konkurenciju. Naš kreativni i stručni tim se uvijek trudi da najbolje odgovori na sve izazove tehničke prirode. Naravno, razvoj proizvoda polazi od zahtjeva tržišta, odnosno potreba naših klijenata. Uspjeh u ovom poslu ne bi bio moguć bez velikog znanja i dragocjenog iskustva koje smo stekli u ovoj branši. Posebno je važno dugogodišnje istraživanje i prikupljanje podataka, kako od klijenata, tako i od mnogobrojnih stručnih saradnika i partnera sa kojima već duži niz godina uspješno sarađujemo.“

Orijentacija na razvoj vlastitih proizvoda i kadrova

Kontrola kvaliteta, inovacije, briga o kupcima i konkurentski duh čine kompaniju Wischt idealnim partnerom i vodećim proizvođačem vakuum presa, kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu. „Kupci prije svega naše proizvode smatraju izuzetno kvalitetnim i pouzdanim, jer se trudimo da u naše proizvode ugrađujemo isključivo provjerene dijelove i opremu svjetski poznatih dobavljača koji garantuju za kvalitet svojih proizvoda. Takođe, iako posjedujemo standardne modele vakuum presa u ponudi, veliki broj naših proizvoda je prilagođen specifičnim zahtjevima kupca i njihovim potrebama. To je velika prednost u odnosu na konkurenciju širom cijelog svijeta, jer velike kompanije često nisu u stanju da u tako kratkom vremenskom periodu odgovore svim zahtjevima kupaca, a da pritom cijene ostanu pristupačne, uz zadržan kvalitet proizvoda. Upravo iz tih razloga kupci vide naše proizvode kao savršen odnos cijene i kvaliteta, kao i tehničke podrške“, ističe g. Višt.

Različitost kao put ka brendu

Na kraju, pitali smo g. Višta po čemu se razlikuju od drugih i po čemu su prepoznatljivi. „Ono što vakuum prese Wischt odvaja od drugih je povećanje kapaciteta ovakve opreme i do 400%, a sve zahvaljujući primjeni tehničkog rješenja koje je zaštićeno međunarodno priznatim patentom, između ostalog i u SAD. Takođe, od drugih nas izdvajaju naše reference tj. mnogobrojni zadovoljni kupci širom cijelog svijeta među kojima se nalaze i svjetski poznate kompanije iz oblasti auto-industrije i avio-industrije, drvoprerađivačke industrije, grafičke industrije itd. Pri tome, važno je još istaknuti individualan pristup svakom klijentu, gdje na osnovu njihovih zahtjeva kreiramo brza, efikasna i tehnološki inovativna rješenja - personalizovane vakuum prese“ navodi g. Višt.

Intervju sa g. Zvezdanom Vištom, direktorom kompanije Wischt



City Gecko solarna klupa

Paralelno sa testiranjem, kreiranjem vizuala, usavršavanjem i certifikacijom proizvoda počinju da rade na komunikacionim aktivnostima sa potencijalnim klijentima. „Predstavljanje naših proizvoda na Samitu energetike u Trebinju u maju 2020. je premašilo naša očekivanja. Dobili smo brojne pohvale za proizvod uz ostvarene kontakte za potencijalnu saradnju u narednom periodu. Nažalost, pandemija je usporila i otkazala realizaciju pojedinih poslova, ali to nas nije spriječilo da i dalje radimo na otvaranju novih tržišta i uspostavljanju partnerstava. Danas je preko dvadeset naših proizvoda instalirano u četiri države i ovi brojevi imaju veliku tendenciju rasta“, ističe gospođa Maksimčuk.

Kompanija Telemax je kreator brenda City Gecko i proizvođač pametnog urbanog mobilijara. Arijana Maksimčuk, vlasnica kompanije Telemax pojašnjava: „Trenutno smo u proizvodnji i postupku certifikacije tri proizvoda – solarna klupa, pametna drvena klupa i parking/punjač za električne trotinete i bicikla. Razvijamo i pametno, solarno autobusko stajalište koje će zajedno sa klupama biti dio samog City Gecko smart city koncepta. Pomenuti City Gecko koncept koji povezuje naše proizvode, gradsku infrastrukturu, aplikaciju i mobilnost je trenutno u fokusu razvojnih aktivnosti naše kompanije“. Od ideje do lansiranja proizvoda

Od ideje do lansiranja proizvoda

Kada je riječ o ideji za nastanak ovih proizvoda, kao i brenda City Gecko, gospođa Maksimčuk navodi: „Kao kompanija koja već osamnaest godina uspješno posluje na polju elektroinstalacija i neprestano radi na prihvatanju i praktičnom korištenju novih tehnologija, te kao kompanija koja se konstantno razvija, kreacija i razvijanje sopstvenih proizvoda i cjelokupne filozofije koja ih povezuje je nešto što je došlo kao rezultat dugogodišnjeg iskustva. Moglo bi se reći da su uspješno realizovani projekti, osluškivanje tržišta i konstantna želja za pozitivnom promjenom iznjedrili ideju za naše nove proizvode. Ideja o solarnim proizvodima i imenu City Gecko (gradski gušter) je zatim prerasla u idejno rješenje dizajna samog proizvoda. Na osnovu toga je izrađen prototip, ali smo pritom ustanovili njegovu ekonomsku neisplativost, što je inače čest slučaj sa prvim varijantama novih proizvoda.“ Ipak, takvi rezultati ih nisu obeshrabрили, već su uložili dodatne napore te radili dalje na modifikaciji prvobitnog koncepta. „Pojačavanjem razvojnog tima i nesebičnim radom City Gecko ekipe došli smo do nove ideje izgleda samih proizvoda, drugačijeg koncepta i željene percepcije brenda. Napravili smo novi prototip koji je sada, koristeći prethodno iskustvo, ekonomski isplativiji, konkurentniji na tržištu i dosta bliži prvobitnoj ideji o solarnim proizvodima“, navodi gospođa Maksimčuk.



TELEMAX d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvodi/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Kralja Petra II br.17, 78000 Banja Luka

Bosna i Hercegovina

Arijana Maksimčuk, direktorica

+387 (0)51 222 550

office@telemax.ba

<http://telemax.ba>; <https://citygecko.solar>

instalacija mreža jake i slabe struje, instalacija inteligentne

LED rasvjete, proizvodnja solarnih City Gecko proizvoda

BiH, Hrvatska, Srbija, Slovenija, Rusija, Austrija, UAE

30

Pravni, proizvodni i finansijski izazovi na putu do uspjeha

Na pitanje o izazovima sa kojim su se susretali tokom procesa uvođenja novih proizvoda, direktorica Maksimčuk navodi da je riječ o pravnim, proizvodnim i finansijskim izazovima.

„Pravne izazove imamo i danas, jer otvaranjem novih tržišta dobijamo nove zahtjeve, nove direktive i „papirologiju“ koju moramo imati za to tržište, ali ih prevazilazimo kao i one koji su se pojavljivali ranije – kontaktiranjem odgovarajućih institucija. Uzimajući u obzir da smo kreirali potpuno novi proizvod na našem tržištu, bilo je potrebno kontaktirati više različitih adresa, tako da sada kontaktiramo one osobe i institucije koje znamo da nam mogu pomoći pri rješavanju tih problema i veoma smo im zahvalni zbog toga“, kaže gospođa Maksimčuk.

„Kada smo kreirali plan prodaje i distribucije, te realizacije same proizvodnje, od ključnog značaja nam je bilo pronaći partnera, odnosno proizvodnju koja nas može pratiti sa tim planom, jer nam mašinsku konstrukciju izrađuju eksterni saradnici. Na sreću, uspjeli smo pronaći pravog partnera na ovom polju. Zadovoljavanje i ispunjenje zamišljenog plana je dovelo do razvijanja i sopstvenog proizvodnog pogona. Nabavkom potrebnog pomoćnog alata, edukacijom trenutnih i novih zaposlenih, te uvođenjem informacionog sistema praćenja proizvodnje, kreiran je proizvodni pogon koji odgovara trenutnim i planiranim upitima sa tržišta“, pojašnjava vlasnica kompanije.

S obzirom na to da je brend City Gecko dio kompanije Telemax d.o.o. njegovo finansiranje je bilo iz prihoda koji je ostvaren od strane drugih sektora. Prijavljivanje brenda na različite konkurse je imalo za rezultat dobijanje granta za izradu mobilne i web aplikacije City Gecko.



City Gecko Modul Wood

O nastanku novih proizvoda i pokretačima inovacija

Pomenuti proizvodni pogon je ujedno i razvojni pogon gdje se stečena iskustva iz proizvodnje i montaže proizvoda prenose na svaki naredni novi proizvod. „Novi proizvodi nastaju iz potreba tržišta koje konstantno osluškujemo pri čemu nastojimo kreirati i proizvesti proizvode koji će biti od koristi građanstvu. Na ovaj način smo naš modul Wheel koji služi kao parking i punjač za električna bicikla i trotinete modificovali samo za trotinete. Takođe, na ovaj način smo kreirali i solarno autobusko stajalište, te sam smart city koncept City Gecko“, navodi gospođa Maksimčuk.

Kada je riječ o faktorima koji ih pokreću na inoviranje, navodi se želja za uspjehom, zadovoljstvo klijenata te njih samih. Pri tome, direktorica Maksimčuk ističe: „Podaci i želje sa tržišta nerijetko postavljaju nove izazove koje možemo riješiti samo inoviranjem.“ Inoviranje unutar kompanije je konstantno kako bi se poboljšali ne samo proizvodi, već i poslovni procesi i njihova efikasnost.

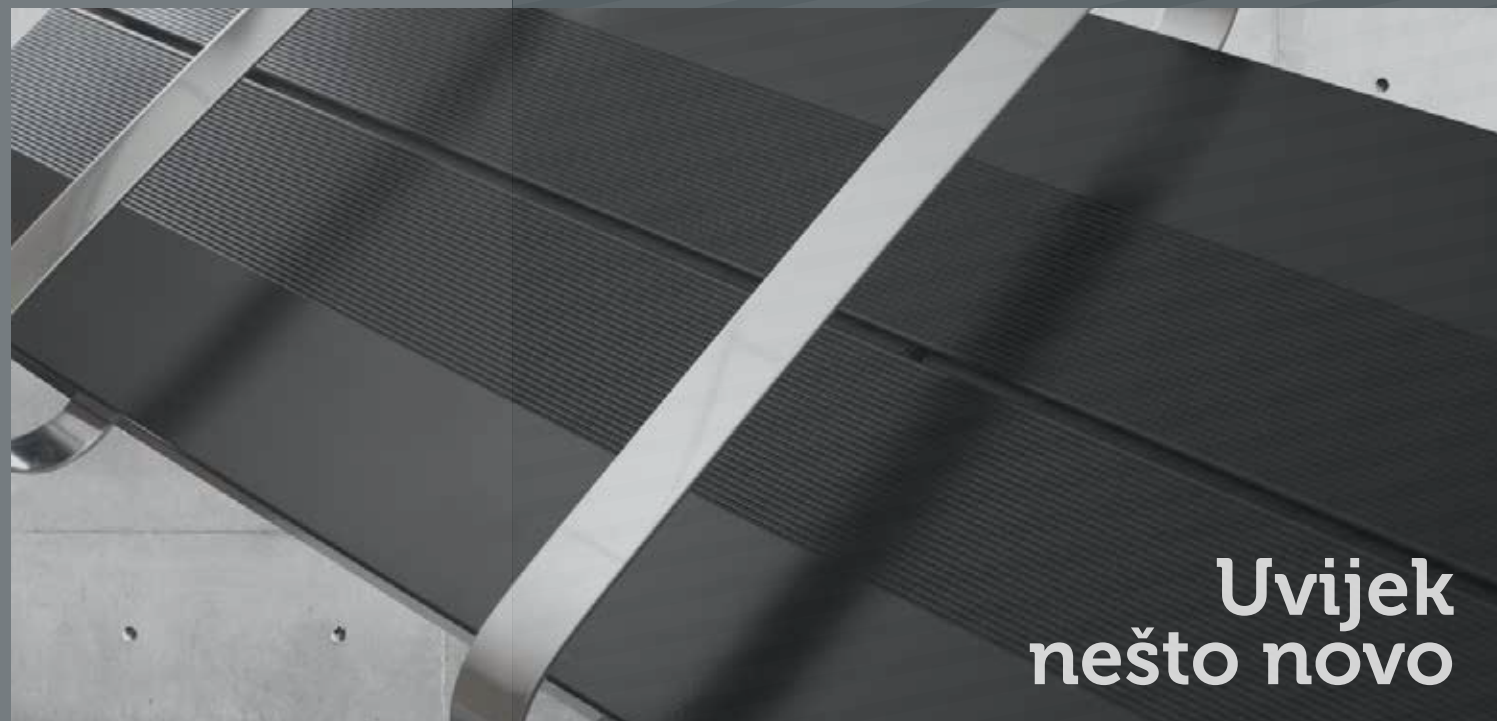
Modularni i prilagodljivi proizvodi budućnosti

Na pitanje kako kupci vide njihove proizvode, gospođa Maksimčuk objašnjava: „Većina naših kupaca se prvo „zakači“ za naš jedinstveni modularni dizajn, po čemu smo jedinstveni na tržištu. Nakon što dobiju dodatne informacije o karakteristikama i naprednim funkcijama proizvoda dobijamo neizostavne pohvale i ponude za saradnju. Nerijetko se nam daju sugestije i ideje za nove funkcionalnosti. Dosta klijenata vidi naše proizvode kao proizvode budućnosti koji će poboljšati kvalitet života u njihovim sredinama. Dokaz navedenom je i uvođenje CE znaka za naše proizvode.“

Od konkurencije se izdvajaju po jedinstvenom modularnom dizajnu koji je primijenjen na sve proizvode. Tako npr. kod pametnih klupa modularni dizajn predstavlja instalaciju, odnosno uklapanje više istih ili različitih modula kako bi se kreirala nova mjesta okupljanja građana. Modularnost autobuskih stajališta se očituje u tome što zavisno od predviđene širine stajališta, ono može da bude 4, 6 ili čak 8 metara, a sastavljeno je od izmjenjivih dijelova koji, ukoliko dođe do oštećenja, mogu da se zamijene bez potrebe da se mijenja kompletno stajalište. „Ovi proizvodi su modularni i prilagodljivi prema mjestu instalacije, odnosno samom klijentu, baš kao gradski gušter“, ističe gospođa Maksimčuk.

Žig City Gecko, kao i industrijski dizajn pametnih klupa su zaštićeni u Institutu za intelektualno vlasništvo BiH, a trenutno je u toku proces zaštite industrijskog dizajna autobusnog stajališta.

Intervju sa gospođom Arijanom Maksimčuk, vlasnicom kompanije Telemax



Dizajn radiator za kupatilo Finesa

„Grejno telo više nije samo „nužno zlo“ već i dekorativni element enterijera“

Cini je privatno porodično preduzeće sa sjedištem u Čačku, poslovno orijentisano na inovacije i razvoj, što je snažno podržano tokom svih 40 godina njegovog postojanja. Cini je pionir u mnogim oblastima i do sada je razvilo veliki broj novih proizvoda, prvenstveno iz oblasti termotehnike. Proizvodni portfolio obuhvata: bimetalne i aluminijumske radijatore, dizajn radijatore za kupatilo, sušaće peškira, električne radijatore, električne grijače za radijatore i sušaće peškira.

Slobodan Spasović, direktor kompanije Cini, ističe: „Uvek nešto novo ne predstavlja samo korporativni slogan kompanije, već i trajni podsticaj i imperativ poslovanja.“ Na pitanje o tome koji je najvažniji proizvod kompanije odgovara da su svi proizvodi važni i imaju svoje tržište, ali da bi posebno želio da istakne inovativni proizvod - dizajn radiator za kupatilo Finesa, koji u posljednje dvije godine konstantno povećava svoje tržište i trenutno predstavlja glavni izvozni artikal.

Radijator - od „nužnog zla“ do dekorativnog elementa enterijera

Gospodin Spasović objašnjava kako su došli na ideju za taj proizvod: „S obzirom na to da smo poslednjih 20 godina na tržištu grejnih tela, poznajemo dobro navike i potrebe potrošača. Ukus potrošača postaje profinjeniji, standard veći, a informacije su dostupne svima. Sa druge strane, uvek želimo da ponudimo nešto novo, konkurentno u pogledu tehničkih karakteristika, ali i cene. Tako je nastao i ovaj proizvod. Dakle, zadatak je bio da se napravi dekorativni radiator za kupatilo, sa optimalnim tehničkim performansama i naravno po pristupačnoj ceni.“



CINI INVEST d.o.o.

Kontakt osoba:

Ulica 15 bb, 32000 Čačak,
Srbija

Slobodan Spasović, direktor

+381 (0)32 5563 305

office@cini.co.rs

www.cini.rs

Proizvodi/usluge:

oprema i uređaji za grijanje

Tržišta:

Srbija, BiH, Hrvatska, Crna Gora, Makedonija, Bugarska, Grčka,
Češka, Nemačka, Poljska, Švajcarska, Švedska, Rusija, Ukrajina

Broj zaposlenih:

60-70

Do novog proizvoda uz rad odjeljenja za razvoj i industrijskog dizajnera

O procesu razvoja i lansiranju proizvoda na tržište, gospodin Spasović navodi: „Proces razvoja je tekao tako što je kreirano više rešenja, kako dizajna, tako i unutrašnje konstrukcije. Pored sopstvenog razvojnog odeljenja, često se u proces uključuje i eksterni stručnjak. Za ovaj proizvod, angažovan je profesionalac za industrijski dizajn koji je zajedno sa nama kreirao današnji izgled proizvoda. Urađeno je na desetine prototipova i vršene su korekcije na gotovim proizvodima na osnovu validnih predloga i komentara potencijalnih korisnika.“ U kompaniji Cini nastoje kreirati atmosferu stalnog unapređivanja i razmišljanja na temu kako drugačije i kako bolje. Često organizuju brainstorming sesije i podstiču kreativne pojedince i grupe unutar firme.



Izazovi - otpor prema promjenama i ugled zemlje na međunarodnom tržištu

Kada je riječ o izazovima sa kojim se kompanija Cini suočavala tokom procesa uvođenja novih proizvoda, gospodin Spasović kaže: „Najveći izazov sa kojim se uvek suočavamo je ljudska inercija, odnosno otpor prema promenama. Iako je proizvod koji ste napravili tehnički bolji, lepši, superiorniji, postoji velika inercija u ponašanju i ukusu potrošača da promene nešto postojeće, nešto na šta su navikli. Sledeći izazov, ne manje važan, za plasman na međunarodno tržište predstavlja ne baš sjajan ugled Srbije u kontekstu industrijskog imidža. Nekada značajnu ulogu igra i politički animozitet, posebno firmi iz Zapadne Evrope, mada se poslednjih nekoliko godina situacija polako menja. Ovo se može prevazići jedino velikom upomošću i konstantnim radom na razvoju i kvalitetu.“



Inovacije kao dio karaktera

„Na inovacije, unutar firme, pokreću nas kreativni pojedinci i njihova motivacija. Inovacije su nešto što se nosi u sopstvenom karakteru. To je nemirenje sa postojećim, možda nekad i inat, i to do tvrdoglavosti! Teško je „narediti“ nekome da bude inovativan. Pokretači inovacija izvan firme su svakako inputi koje dobijamo sa tržišta, od strane svih koji se nalaze u lancu (distributeri, montažeri, krajnji korisnici), ali i aktuelni svetski trendovi koje nastojimo da pratimo“, pojašnjava Spasović. On navodi da veliku ulogu takođe ima upornost, neodustajanje pred preprekama koje se uvijek pojavljuju kod inovativnih proizvoda. Pored toga, veliku važnost ima tehničko znanje i iskustvo u industrijskim tehnologijama, kao i dobra saradnja sa spoljnim saradnicima i stručnjacima iz relevantnih institucija.



Percepcija i reakcije kupaca

Pitamo g. Spasovića kako kupci vide i reaguju na Vaše proizvode. „Kada je nešto novo, ljudi automatski imaju otpor prema tome, jer to podrazumeva i menjanje nekih njihovih ustaljenih navika i obrazaca ponašanja. Često postoji i sumnja, upravo zbog lošeg imidža tehničkih proizvoda sa ovog podneblja, pa dok se ne uvere u suprotno, susrećemo se sa komentarima i pitanjima - zašto to neko drugi nije smislio/ napravio pre nas, iz tehnološki razvijenijih država, npr. iz Nemačke, Japana i sl. Već godinama funkcionišemo u skladu sa sloganom Uvek nešto novo. Trudimo se i insistiramo da svaki naš proizvod ima neku novinu u odnosu na postojeća rešenja – novi dizajn, oblik, funkcionalnost, primenjenu tehnologiju, a da pritom nikad ne dovedemo kvalitet proizvoda u pitanje. Stvorili smo imidž inovativne kompanije i kupci od nas očekuju inovativne, zanimljive, dizajnerske proizvode koje plasiramo na tržište. Tradicija i stručnost uvek daju dodatne poene. Do sada nam je ovakva strategija donosila uspeh, što nam daje dodatnu energiju da nastavimo istim putem“.

Inovacije kao umijeće kretanja kroz maglu

„Baviti se inovacijama, podrazumeva i ličnu hrabrost i znanje da se uđe u nerasvetljene prostore, da se krene određenim putem kroz maglu, pre nego što se magla digna. Jer kada se magla digna, svi vide kojim putem treba ići, ali tada je već kasno, jer nastaje velika gužva na putu“, zaključuje gospodin Spasović.

Intervju sa g. Slobodanom Spasovićem, direktorom kompanije Cini



Rezultat domaćeg znanja i pameti



METER&CONTROL
d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvodi/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Naučno-tehnološki park Beograd, Veljka Dugoševića 54,
11050 Beograd, Srbija

Vladan Lapčević, direktor
vladan.lapcevic@meterandcontrol.com
www.meterandcontrol.com

uređaji i softver za pametno upravljanje energijom
Srbija, Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Švajcarska, Slovačka, Rusija,
Kazahstan, Azerbejdžan, UAE, Bahrein, Tunis, Kolumbija
100



Trofazno i monofazno pametno brojilo Sx401
G3-PLC nove generacije

„Iz ovog pionirskog projekta, koji je Meter&Control dalje usavršio tehnički i komercijalno, nastali su i drugi naši proizvodi, svi rezultat domaćeg znanja i pameti.“

Kompanija Meter&Control se bavi razvojem i proizvodnjom uređaja i softvera za pametno upravljanje energijom. Uređaji obuhvataju: integrisana i modularna pametna brojila za električnu energiju, komunikacione module, prekidačke module i koncentratore podataka. Kada je riječ o softverima, riječ je o head-end softveru distributivnog centra za daljinsko očitavanje potrošača i upravljanje potrošnjom, te o softveru za lokalno očitavanje potrošača i upravljanje potrošnjom.

Pametna brojila za električnu energiju

Kada je riječ o najvažnijem proizvodu kompanije Meter&Control, gospodin Vladan Lapčević, direktor kompanije, kaže: „U našem portfoliju hardverskih i softverskih proizvoda, najvažnija su bez sumnje pametna brojila za električnu energiju. To su visokotehnološki uređaji, spoj visokopreciznih mernih instrumenata i kompjuterskih platformi, koji su osim merenja električne energije sposobni da memorišu i obrađuju podatke i da dvosmerno komuniciraju sa centrom u elektrodistribuciji koji na taj način daljinski očitava potrošnju, stanje električne mreže kao što su prekidi, gubici ili krađa struje, ali i šalje brojilima instrukcije poput promene tarife, ograničenja potrošnje i mnoge druge.“

Rezultat domaćeg znanja i pameti

Na pitanje kako su došli na ideju za ovaj proizvod, gospodin Lapčević odgovara: „Ideja je potekla od grupe inženjera na Elektrotehničkom fakultetu u Beogradu koji su još osamdesetih godina istraživali mogućnost prenosa podataka preko električnih vodova i među prvima u svetu konstruisali takozvani PLC modem za komunikaciju.“

Razvoj i lansiranje proizvoda na tržište – korak po korak

„Razvoj proizvoda u Meter&Controlu je tekao prema potrebama energetskog sistema u Srbiji, koja je naše matično tržište“, pojašnjava Lapčević. „U skladu sa potrebom da se u Srbiji sva mehanička brojila zamene elektronskim, što je ogroman posao i investicija, razvili smo modularna elektronska brojila koja bi omogućila da se to učini fazno: u prvom koraku prelaskom na elektronska brojila a u drugom, dodavanjem odgovarajućih modula, ta brojila bi postala pametna i integrisala bi se u jedinstven sistem. Nakon toga smo razvili različite modele integrisanih brojila koja su vrlo aktuelna na evropskim i drugim tržištima.“

Manji kupci i izvozna tržišta lakše prihvataju inovacije

O izazovima i načinima njihovog prevazilaženja, g. Lapčević kaže: „Kao privatna firma sa oko 100 zaposlenih, mi smo dinamični i fleksibilni, dok su naši kupci distributivna preduzeća - veliki sistemi sa utvrđenim i složenim procedurama koji oprezno i sporo usvajaju inovacije. Potrebni su strpljenje i finansijske rezerve sa naše strane da bi jedna inovacija na kraju bila usvojena i masovno implementirana. Ovakve izazove često prevazilazimo okrećući se ka manjim kupcima i dinamičnijim tržištima koja lakše prihvataju inovacije, a to su po pravilu izvozna tržišta.“

Nove tehnologije u ponudi prije nego što ih kupac zatraži

Pitamo gospodina Lapčevića, šta kompaniju pokreće na inovacije, a on objašnjava: „Inovacije pokreće tržište. Iako je oblast smart meteringa stara više decenija, ona se neprestano razvija: postaje deo digitalne transformacije sveta - pametnih kuća, gradova i mreža. Menjaju se tehnologije komunikacije i dodaju se funkcije koje naši uređaji u tom okruženju moraju vršiti. Tehnologije se usvajaju i primenjuju i to je potrebno učiniti i imati ih u ponudi pre nego što ih kupac zatraži. Put od nove tehnologije na papiru do serijske proizvodnje je dug i složen. Kada nove tehnologije počnu da silaze sa naše proizvodne trake, to je nesumnjivi finansijski i motivacioni pokretač za dalje.“

Ključni faktori za uspješno inoviranje

„Za uspješno bavljenje inovacijama važno je to što Meter&Control ima integrisani proces istraživanja, razvoja, testiranja i proizvodnje. To je naša velika prednost. U zaokruženom procesu sve se odvija na jednom mestu a timovi koji imaju bogato iskustvo i dobro se poznaju, blisko sarađuju. Na drugom mestu je saradnja sa kupcima. Često nam se obraćaju sa specifičnim problemima na terenu, za koje ne postoje rešenja u standardnim ponudama. U tome segmentu takođe imamo veliko praktično iskustvo koje se zatim primenjuje dalje, u novim projektima“, navodi Lapčević.

Fleksibilnost - korporativna vrijednost koja se posebno njeguje

Na kraju, pitamo g. Lapčevića kako kupci vide njihove proizvode i po čemu se razlikuju od drugih. „Naši kupci posmatraju svaki proizvod vrlo kritički - pre narudžbine i ugradnje, on mora proći brojne i veoma složene testove i ispitivanja tačnosti, pouzdanosti, rada u postojećim okruženjima, kao i zadovoljiti celokupnu tehničku specifikaciju koja je drugačija kod svakog kupca. Ovaj proces se zove kvalifikacija, može trajati mesecima i on je vrlo strog. Od drugih nastoje da se izdvoje po svojoj fleksibilnosti u radu sa klijentima.

„Možda najvažnija korporativna vrednost koju negujemo još od početka kompanije jeste fleksibilnost. To je pre svega fleksibilnost u saradnji sa kupcima bez obzira na obim i složenost projekta, jer znamo koliko je teško unapred isplanirati svaki detalj. Ne odstupajući od kvaliteta i pouzdanosti, naša fleksibilnost garantuje uspešnu i celovitu realizaciju ugovorenih projekata“, ističe Lapčević.

Intervju sa g. Vladanom Lapčevićem, direktorom kompanije Meter&Control

Proizvodnja namještaja

Saradnja sa dizajnerima

Nuuva V20-V300



ARTISAN

Artisan d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Medakovo bb, 74260 Tešanj

Bosna i Hercegovina

Mirza Ćostović, generalni direktor

+387 (0)32 667 910

info@artisan.ba

www.artisan.ba, www.insan.ba

komadni namještaj od punog drveta
(stolice, stolovi, komode, kreveti, klupe, fotelje)

EU, Velika Britanija, Rusija, SAD, Kanada,
Meksiko, Kina, Južna Koreja, Australija

210

50 godina ljubavi prema drvetu

Kompanija Artisan je nastala iz tradicionalne stolarije Čostović, koja je u nju pretočila svu svoju ljubav prema drvetu i 50 godina iskustva u njegovoj obradi. „Artisan je specijaliziran za ručnu proizvodnju visokokvalitetnog namještaja od masivnog drveta i upravo je insistiranje na ručnom, artisanskom radu ono što nas razlikuje od ostalih“ kaže g. Fadil Čostović, osnivač i direktor kompanije.

„Prva iskustva smo stekli izrađujući namještaj za nizozemske i britanske dizajnere, a 2007. u suradnji sa regionalnim dizajnerima pokrećemo i prvu vlastitu kolekciju. Od tada nastojimo svakom kolekcijom, svakim komadom drveta, vizijom dizajnera i dodirrom marljivih majstorskih ruku opravdati filozofiju koju slijedimo“, objašnjava g. Čostović.

Neva stolica

Karim Rashid je jedan od najprepoznatljivijih dizajnera u svijetu, a magazin Time ga je 2001. godine proglasio najpoznatijim industrijskim dizajnerom u Americi

Saradnja sa dizajnerima

„Saradnja sa renomiranim dizajnerima je rezultat filozofije kompanije Artisan da postane brend koji je prepoznatljiv po dizajnu svojih proizvoda. „Ako želite biti prepoznatljivi na svjetskom tržištu, onda je važno ostvariti saradnju sa imenima poput Karima Rashida“, ističe g. Čostović.

„Za Rashida je bio izazov raditi u punom drvetu, jer je on najprepoznatljiviji po radu u plastici. Napravio je za nas dvadesetak koncepata, a mi smo od njih razvili 11 prototipa koji su krenuli u serijsku proizvodnju“, objašnjava g. Čostović. Artisan danas sarađuje sa velikim brojem dizajnera iz BiH (Salih Teskeredžić, Avdo Avdagić, studio Filter), Hrvatske (Regular Company, Grupa, Zoran Jedrejčić, Mirko Miličić, Neven i Sanja Kovačić) ali i cijelog svijeta (Michael Schneider iz Njemačke, Gabriela Bellon iz Argentine, Fahmida Lam iz USA, Rainer Bachschmid iz Švajcarske, Says Who iz Danske, Edvar Design iz Turske, Studio Pang iz Italije itd.).



Neva stolica
Red dot

Od proizvodnje za dizajnere do razvoja vlastitih kolekcija



Blend stolić

Artisan ima širok proizvodni program, a među najvažnijim proizvodima se ističu trpezarijski stolovi i stolice od masivnog drveta. Namještaj se pravi od stabala lišćara kao što su orah, hrast, trešnja, brijest, javor i dr. „Kroz kontakte sa dizajnerima smo uvidjeli potencijal razvoja sopstvenih kolekcija” kaže g. Čostović.

Na pitanje o tome kako teče proces razvoja i lansiranja proizvoda na tržište, g. Čostović objašnjava: „Dizajneri rade dizajn nekog proizvoda, a na osnovu toga Artisan razvija konstrukciono tehnološko rješenje. To predstavlja osnovu za proizvodnju, a nakon toga slijedi lansiranje proizvoda na tržište, u čemu veliku ulogu ima predstavljanje na međunarodnim sajmovima. Među najvažnijim sajmovima na kojima smo nastupali su IMM Cologne, Maison & Object u Parizu, Salone Internazionale del Mobile u Milanu, Clerkenwell Design Week u Londonu i Design District u Holandiji. Pored evropskih sajmova, učestvovali smo i na sajmu namještaja High Point u SAD, sajmu Shanghai Design u Kini i sajmu namještaja u Melburnu, Australija.

U prvim fazama razvoja poslovanja shvatili smo da imamo tehniku, ali su nam nedostajali pravi kanali distribucije. Također, trebali smo stručno znanje kako bismo implementirali odgovarajuće međunarodne standarde.

Jedan od većih izazova je svakako bio steći povjerenje kupaca, ali i to je došlo sa vremenom. Potrebno je kontinuirano usavršavanje i unapređenje proizvoda na kojem radi odjel razvoja, pri čemu se koriste povratne informacije od kupaca. Danas imamo preko 300 prodajnih mjesta u 41 državi.”



Želja za uspjehom i konstantna ulaganja

Na kraju razgovora, g. Čostović ističe: „Na inovacije nas pokreće velika želja za uspjehom, a konstantna ulaganja u tehnološki centar, novu opremu i kadrove nam omogućuju da te inovacije ostvarimo i to na najvećem nivou.”

Intervju sa g. Fadilom Čostovićem, osnivačem i direktorom kompanije Artisan

Nagrade i priznanja

“Dobijanje nagrade Red Dot na međunarodnom sajmu dizajna interijera IMM Cologne je jedan od naših najvećih uspjeha. Ovu prestižnu nagradu smo dobili 2016. godine za Neva stolicu bez ruko-naslona i Neva fotelju”, kaže g. Čostović. Pored ove nagrade, Artisan je dobio još veliki broj drugih nagrada i priznanja među kojima su: German Special Mention nagrada za Wu fotelju, Restaurant & Bar Product Design Award nagrada za Neva barsku stolicu, Design Intelligence nagrada za Neva stolicu i Neva barsku stolicu, Interior Innovation Award 2015 za Neva stolicu i dr.

Saradnja sa kompanijom Starbucks

Artisan je radio projekte opremanja objekata u SAD, Australiji, Kini i na mnogim drugim mjestima. „Svojevrсно priznanje i važna referenca je saradnja sa renomiranom kompanijom Starbucks. Kada je Starbucks otvarao svoj objekat u Parizu, na jednoj od najprestižnijih lokacija u gradu, odabrali su stolice Neva, kao važan dio enterijera. Takođe, Artisan je sa svojim namještajem i enterijerom učestvovao u opremanju objekta kompanije Starbucks u Milanu”, priča g. Čostović.



Latus krevet

Kreativna platforma za saradnju proizvođača i tima stručnjaka



Fotelja Dedo



Gazzda

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Hamdije Kreševljakovića 64, 71000 Sarajevo

Bosna i Hercegovina

Marketing odjel

+387 (0)33 257 310

info@gazzda.com

www.gazzda.com

moderan namještaj od masivnog drveta

Njemačka, zemlje Beneluksa, Skandinavija,

Izrael, Amerika, Australija

35



Tink table detalj

Gospodin Salih Teskeredžić je jedan od osnivača brenda Gazzda i profesor na Odsjeku za produkt dizajn Akademije likovnih umjetnosti u Sarajevu.

Nastanak i filosofija brenda Gazzda

Naziv brenda Gazzda je jedna vrsta parodije na pojam „gazde.“ „Ideja je bila da brend nosi naziv Gazda, ali pošto je već postojao takav registrovan pojam, u naziv je ubačeno još jedno slovo „z“ pa je nastao naziv Gazzda“, kaže Teskeredžić.

Na pitanje kako je nastao i šta predstavlja brend Gazzda, Teskeredžić pojašnjava: „Gazzda kao brend je platforma koja u sebi objedinjuje dizajn, razvoj, produkciju, promociju i distribuciju namještaja. Ona daje mogućnost stručnjacima iz različitih oblasti da se profesionalno usavršavaju i da svoje rezultate plasiraju na međunarodnom tržištu. Dizajniranje proizvoda je kompleksan i dugotrajan proces. Uspješan proizvod mora imati ne samo kvalitetan dizajn, već ga moraju pratiti i kvalitetna proizvodnja, marketing, prodaja, distribucija i dr.

Dakle, potreban je profesionalan i multidisciplinarni tim. Sa druge strane, danas imamo usitnjene proizvođače koje su fokusirani na proizvodnju, imaju značajnu fleksibilnost i mogućnosti brzog djelovanja na zahtjeve kupaca, ali za razliku od velikih sistema koje smo imali nekada, nemaju kompletnu infrastrukturu koja je potrebna - dizajn, marketing, prodaju... Zbog toga je Gazzda zamišljen kao kreativna platforma koja će objединiti sve ove segmente i direktno raditi sa proizvođačima.

Proizvođačima je tako lakše jer se bave samo proizvodnjom, dok razvoj proizvoda, marketing i prodaju, prepuštaju stručnjacima.

Ovako se postiže kontrola i koordinacija svih bitnih funkcija od kojih zavisi uspjeh proizvoda na tržištu: dizajn, razvoj, proizvodnja, promocija i distribucija.

Ovo je naročito važno ako se ima na umu da se svaki proizvod može posmatrati kroz prizmu savršenog trougla kojeg čine dizajn, proizvodnja i prodaja. Dizajn nastaje u međusobnoj saradnji sa marketingom, a proizvodnja namještaja je usklađena sa zahtjevima tržišta, mada i sami proizvodi mogu uticati na kreiranje tržišnih trendova.“

U razvoju brenda Gazzda radi oko 35 osoba koji su organizovani u odjele produkt dizajna i razvoja proizvoda; marketinga; organizacije proizvodnje, operativnog dijela, koji podrazumijeva kontroling i distribuciju. Namještaj se proizvodi u nekih 15 preduzeća iz BiH, a cilj je da se taj broj poveća u narednom periodu.

„Izgled našeg namještaja je odraz filosofije brenda Gazzda. On uključuje i koristi prepoznatljive dizajnerske elemente bazirane na minimalističkoj formi uz racionalan odnos prema upotrebi materijala. Naš namještaj predstavlja spoj tradicionalne stolarske tradicije i savremene visoke tehnologije“, ističe Teskeredžić.



Muna chair

Kupci i tržišta

Stolica – kraljica dizajna

Razvoj proizvoda od ideje do krajnjeg klijenta traje i po nekoliko godina. Nema uspjeha „preko noći“. U procesu razvoja proizvođa se nailazi na veliki broj izazova, prvenstveno tehničke prirode, koji utiču na dizajn, cijenu proizvoda i dr.

„Cilj je kreirati inovativan proizvod, jednostavan za proizvodnju, primamljiv za oko, po prihvatljivoj cijeni. U ovaj proces je uključeno mnogo različitih specijalnosti i vještina, tako da su stvari mnogo kompleksnije nego što se mogu činiti na prvi pogled. Tako na primjer, stolica se smatra „kraljicom dizajna“ jer je to jedan od najzahtjevnijih dizajnerskih proizvoda. Svi problemi dizajna su sadržani u stolici. Riječ je o problemima u vezi sa tehničko-tehnološkom dimenzijom, konstrukcijom, materijalom, statikom, ergonomijom, nivoom kompleksnosti u proizvodnji, estetikom i praktičnošću“, navodi Teskeredžić.

„Ako se posmatra fotelja Dedo koja je na neki način ikona brenda Gazzda, njena najveća vrijednost je u unikatnom izgledu i naoko nemogućoj tehničkoj izvedbi koja zahtijeva kompleksnu tehnologiju. Ona je rezultat klasičnog „majstorluka“ naših stolara i dobro osmišljenog, dizajniranog procesa izrade“, pojašnjava on. U tom kontekstu, Teskeredžić ističe važnost zanata i praktičnih zanimanja:

„Dobar dizajn počiva, pored ostalog, i na dobrim majstorima. Zato je važna promocija zanata i praktičnih zanimanja ka mladim osobama. Bez tih vještina nemoguće je oblikovati proizvod, ubaciti ga u serijsku proizvodnju i održavati ga na tržištu.“

Namještaj Gazzda se najviše izvozi na Zapad, a do novih klijenata se dolazi uglavnom putem predstavljanja proizvoda na sajmovima. „Gazzda namještaj je namijenjen srednjoj klasi na bogatom zapadnom tržištu. Riječ je o mladim ljudima koji teže personalizaciji kod izbora i uređenja enterijera i traže proizvode koji neće biti unificirani“, objašnjava Teskeredžić. Proizvodi brenda Gazzda su najviše zastupljeni u Njemačkoj, zemljama Beneluksa, Skandinaviji, Izraelu, Americi i Australiji.



Hook wall coat rack



Fawn bed

„Nadamo se da će naša vizija Bosne i Hercegovine kao zemlje dizajna postati stvarnost.“

Nagrade za dizajn

Brend Gazzda je sa svojim proizvodima dobitnik prestižnih međunarodnih nagrada kao što su: Red Dot 2015 (stolica i krevet Fawn), Red Dot 2016 (fotelja Dedo i sto Tink), Red Dot 2018 (sideboard Fina), IF Design Award 2017 (vješalica Hook), Interior Innovation Award 2015 (stolica i krevet Fawn) i Innovation Award 2015 (sofa i sto Fawn), Iconic Award: Selection 2016 (stolić za kafu i komoda Fawn), Big See Wood design award 2018 (sideboard Fina), Big See - Wood & Product Award 2019 (za klupu Ava), Big See Product Design Award 2019 (stolica Nora), Big See Product Design Award 2019 (stolica Muna).

„Ove nagrade su važne kako zbog afirmacije dizajna kao discipline, tako i zbog poruke da i mi u BiH možemo biti uspješni i prepoznatljivi na međunarodnom tržištu“ kaže Teskeredžić.

O važnosti dizajna za društvo

„Ranije smo izvozili sirovinu, danas ponajviše poluproizvod, a sve više naših proizvođača prepoznaje da je viša vrijednost u finalnom proizvodu. U tom kontekstu, veliki broj proizvođača prepoznaje vrijednost dizajna i činjenicu da je stvaranje vlastitog originalnog proizvoda lakši put za dolaženje do globalnog tržišta nego da to radimo sa poluproizvodom. Mi smo mala zemlja, naši resursi su ograničeni i drugačija strategija, osim plasmana finalnog proizvoda, nema nikakvu perspektivu. Kada se govori o masivnom drvetu kao sirovini, mi je još uvijek imamo, ali to ne treba potencirati kao prednost. Prednost je u vještinama, znanju i kreativnosti“ smatra Teskeredžić. „Zašto sirovinu prodavati u bescijenje ako može 10 puta skuplje kao finalni proizvod?“

„Dobro je to što se kod nas razvija produkt dizajn, formira se dizajn scena koja radi direktno sa proizvođačima. Pojavljuje se nova generacija dizajnera, uglavnom studenata sa Akademije likovnih umjetnosti u Sarajevu. Ta veza između obrazovanja, fakulteta i privrede, transfer znanja i kreativnosti u proizvodne pogone je nešto što daje nadu i obećava.“, zaključuje Teskeredžić.

Intervju sa g. Salihom Teskeredžićem, jednim od osnivača i vlasnika brenda Gazzda i profesorom na Odsjeku za produkt dizajn Akademije likovnih umjetnosti u Sarajevu

Timski rad dizajnera i domaćih inženjera



Elle stolica



Elle stolica sa rukonaslonom

Primum stolica



MS&WOOD je jedna od vodećih kompanija za proizvodnju namještaja od punog drveta u jugoistočnoj Evropi. „Najvažniji proizvodi iz naše kompanije su stolice koje su dio kolekcija iz dizajniranog namještaja.

Godišnje proizvodimo stotine hiljada stolica i ovo je sigurno naš najprepoznatljiviji i najkvalitetniji proizvod“, navodi g. Damir Muhić, suvlasnik kompanije MS&WOOD.

Recept za uspjeh - savremena tehnologija i majstorstvo zaposlenih

O ideji za proizvodnju vrhunskog namještaja g. Muhić kaže: „Ideja o samoj proizvodnji vrhunskog namještaja se nametnula zbog više faktora. Savremena tehnologija izrade i majstorstvo naših uposlenika su neki od glavnih razloga zbog kojeg smo krenuli u izradu najzahtjevnijih proizvoda od drveta. Proizvodnja dizajniranog namještaja u našoj kompaniji je proces nastajanja proizvoda do vrhunske izrade i kvaliteta.

Cjelokupni proces obrade drveta od trupca do finalnog proizvoda je naša strateška prednost na tržištu i do sada smo u relativno kratkome roku ostvarili zavidan uspjeh na svim tržištima gdje smo se do sada predstavljali.“



MS&WOOD d.d.

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Podcitonja 32, 71270 Fojnica

Bosna i Hercegovina

Damir Muhić, suvlasnik kompanije

+387 (0)30 831 838

info@mswood.ba

www.mswood.ba

moderan namještaj od punog drveta

preko 40 zemalja iz Evrope, Azije i

Sjeverne Amerike

380

Timski rad dizajnera i domaćih inženjera

Kada je riječ o procesu razvoja i lansiranja proizvoda na tržište, g. Muhić pojašnjava: „Posebnu pažnju naša kompanija posvećuje razvoju novih kolekcija dizajniranog namještaja. Proces razvoja nekog proizvoda uključuje cijeli tim stručnjaka. Dizajneri, u saradnji sa domaćim inženjerima, zajednički rade na novi modelima. Svojom inovativnošću, jako često odbacuju tradicionalna ograničenja dizajna namještaja te ulaze u vrlo složene i zahtjevne projekte. Na ovaj način spajamo najbitnije – kvalitet i estetiku. Vjerujemo da je estetika jedna od osnovnih ljudskih potreba i prema tim načelima se rukovodimo kod izrade naših proizvoda. Naši proizvodi su inovativni i dugotrajni. Vjerujemo da dobro dizajniran i kvalitetan proizvod uvijek pronađe svoj put do tržišta, tako da danas naše dizajnerske linije namještaja izvozimo u preko 40 zemalja svijeta.“



Alter stolica

Ozbiljni konkurenti najvećim svjetskim brendovima

Pitamo g. Muhića o izazovima sa kojima se kompanija MS&WOOD suočava. „Bosna i Hercegovina danas najvećim dijelom izvozi poluproizvod, dok smo mi strateški opredijeljeni da izvozimo finalni proizvod i tako povećavamo vrijednost firme. Najveći izazov jeste u tome da iz jedne male ekonomije napravite proizvod koji je konkurentan na svjetskom nivou. Malo regionalno tržište, kao i velika konkurencija na svjetskom tržištu gdje se nalaze renomirani svjetski brendovi koji tradicionalno imaju primat na američkom i evropskom tržištu, čine ovu priču još izazovnijom. Takođe, treba napomenuti da je za dizajnirani namještaj neophodan uvoz drveta iz drugih zemalja, što ukupni proces proizvodnje čini jako skupim. Ipak, dosadašnje iskustvo nam govori da možemo biti ozbiljni konkurenti najvećim svjetskim brendovima.“

Namještaj kao umjetničko djelo u domu

„Dizajnirani namještaj MS&WOOD ima najviši nivo kvaliteta prevashodno po načinu izrade. Naš namještaj predstavlja svojevrsno umjetničko djelo u domovima. Sa internacionalnim nagradama koje su dokaz naše prepoznatljivosti na svjetskom tržištu, sigurni smo da ćemo ostaviti pečat ne samo u domaćoj, već i u evropskoj drvnoj industriji. Mi smo izvozno orijentirana kompanija sa velikim brojem zadovoljnih kupaca u Evropi, Americi i Australiji. Postigli smo to da naši dizajnirani komadi namještaja predstavljaju prestiž širom svijeta, a to je za nas veliki uspjeh i obaveza“, zaključuje g. Muhić.

Intervju sa g. Damirom Muhićem
suvlasnikom kompanije
MS&WOOD

Posvećenost kao pokretač inovacija

„Unapređenje postojećih proizvoda i razvoj novih je dio poslovne strategije kompanije MS&WOOD“, kaže g. Muhić. „U ovoj godini razvijamo nekoliko novih kolekcija namještaja, gdje uz domaće dizajnere imamo neka od najpoznatijih imena iz svijeta dizajna iz Zapadne Evrope. Na stalne inovacije nas pokreće posvećenost kao jedna od ljudskih vrijednosti. To je glavni razlog zbog kojeg svakodnevno stremimo da dosegneмо vrhunac u proizvodnji namještaja od punog drveta. Inovacije koje olakšavaju i ispunjavaju svakodnevni život, jedan su od naših osnovnih pokretača. Pri tome, treba napomenuti da zajednički rad dizajnera i majstora omogućava uspješno bavljenje inovacijama. Tada se postižu najbolji rezultati. Uspješna proizvodnja se zasniva na majstorstvu i vještinama naših uposlenika. Od eksternih faktora koji su važni za inovacije bih pomenuo reakcije naših kupaca, stručne zajednice, kao i nagrade koje naš namještaj dobija za kvalitet i dizajn.“



Elle okrugli stol

Spoj tradicionalnog i modernog



Koam komoda, Koba sto i Kalia ležaljka od Jean-Marie Massaud



Rukotvorine d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

A. Varda 2, 88400 Konjic

Bosna i Hercegovina

Orhan Nikšić, direktor

+387 (0)36 727 299

info@zanat.org

<https://zanat.org>

dizajnerski namještaj i predmeti za kuću od drveta

Evropa, Sjeverna Amerika, Kina, Tajvan, Australija,

Novi Zeland, Bliski Istok

49

Spoj tradicionalne tehnike ručnog rezbare nja i vrhunskih dizajnera

Kompanija Rukotvorine se bavi proizvodnjom dizajnerskog namještaja od drveta, kao i predmeta za kuću. Za dizajn je zaslužno nekoliko dizajnera, a sa nekima od njih postoji dugogodišnja saradnja. Mreža dizajnera sa kojima sarađuju i proizvoda koje kreiraju se stalno širi tako da se postojećoj kolekciji svake godine dodaje nekoliko novih proizvoda i kolekcija. „Izazov koji smo mi postavili pred sve naše dizajnere je bio - kako inkorporirati tradicionalnu tehniku ručnog rezbarenja koja je 2017. godine uvrštena na listu nematerijalne baštine UNESCO-a, na moderne komade namještaja. Nama je uvijek zanimljivo da vidimo kakav će biti krajnji rezultat, jer svi dizajneri sa kojima sarađujemo imaju različit senzibilitet i ideje, pa tako ostave svoj lični „pečat“ našoj kolekciji.

Naša kolekcija se sastoji od mnogo različitih proizvoda iza kojih stoje različiti dizajneri, međutim i pored toga kolekcija ima sklad i kontinuitet“, objašnjava g. Nikšić, direktor kompanije Rukotvorine.

Nekoliko proizvoda koji se mogu izdvojiti iz asortimana su: višestruko nagrađivana Unna stolica (koju je dizajnirala Monica Förster 2015. godine), kolekcija Touch (dizajn Studioilse 2016) i Tattoo horklice (dizajnirali Wingårdhs Architects 2016).



Stolica Sana od Monica Förster

O inovacijama

U kompaniji Rukotvorine, smatraju da su u svijetu dizajna mogućnosti za inovacije beskonačne, dok mašta jednog dizajnera može kreirati originalne i prepoznatljive proizvode.

„Naši proizvodi su inovativni samim tim što spajaju tradicionalno i moderno. Upravo po tome se izdvajaju od drugog dizajnerskog namještaja od drveta“, ističe g. Nikšić.



Ogledala Nebo od Monica Förster

Naše proizvode je potrebno doživjeti - dotaknuti ih i osjetiti toplinu drveta

Na pitanje o izazovima sa kojima se susreću i načinima na koji ih prevazilaze gospodin Nikšić navodi:

„Jedan od većih izazova sa kojim smo se suočili je svakako bio lockdown koji se desio u aprilu, baš u vrijeme kada smo planirali predstavljanje naših novih proizvoda na nama najvažnijem sajmu - Salone del Mobile u Milanu. Ovo smo prevazišli tako što smo investirali u veoma kvalitetne fotografije pomoću kojih smo proizvode predstavili na društvenim mrežama i dizajnerskim publikacijama. Međutim, i pored ovoga, mnogo nam nedostaju sajmovi jer je naše proizvode potrebno doživjeti, dotaknuti ih i osjetiti toplinu drveta. To nijedna fotografija ne može dočarati.“

Razvoj proizvoda i lansiranje proizvoda – od skice do sajma

Kada je riječ o razvoju i lansiranju proizvoda, gospodin Nikšić pojašnjava:

„Prva faza razvoja svakog proizvoda počinje dobijanjem skica - prvih ideja od strane dizajnera. Te ideje se nakon toga razrađuju između nas i dizajnera do faze kada mi dobijamo tehničke nacрте potrebne za izradu prvog prototipa u kome učestvuje naš tim inženjera koji je zadužen za razvoj proizvoda. Nakon toga, dizajner pregleda prototip i daje svoje komentare. Nekada je potrebno uraditi više verzija prototipa dok se ne usvoji konačna verzija. Lansiranje proizvoda je poseban proces koji počinje objavom na društvenim mrežama i u dizajnerskim časopisima.“

„Kruna“ procesa lansiranja proizvoda je svakako predstavljanje na sajmovima dizajnerskog namještaja“.



Sto Mati i stolica od Sebastian Herkner



Prodajna mreža na četiri kontinenata

Prodajna mreža kompanije Rukotvorine se prostire na četiri kontinenta. Ona obuhvata izložbeno-prodajne salone dizajnerskog namještaja, kao i arhitekte i dizajnere enterijera koji njihove proizvode koriste za razne projekte.

„S obzirom na to da su naši proizvodi raspoloživi u više vrsta drveta i završnih obrada, oni pružaju fleksibilnost koja ih čini jako pogodnim za razne projekte - kako rezidencijalne, tako i projekte hotela i restorana. Kupci naše proizvode kao nešto posebno i jedinstveno na tržištu dizajnerskog namještaja“, zaključuje g. Nikšić.

Intervju sa g. Orhanom Nikšićem, direktorom kompanije Rukotvorine



Koba sto

Informaciono-komunikacione tehnologije

Interdisciplinarni timovi u potrazi za pametnim rješenjima



**Alarm automatika
d.o.o.**

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Dražice 123/c, 51000 Rijeka

Hrvatska

Nataša Jurina, voditeljica odjela marketinga

+385 (0)51 359 717

natasa@alarmautomatika.com

www.alarmautomatika.com

Hardver - preko 3.000 proizvoda iz područja tehničke zaštite

Softver - više do 10 vlastitih softvera za centralizaciju, integraciju i upravljanje sistemima tehničke zaštite

Hrvatska, Slovenija, Srbija, Bosna i Hercegovina, Makedonija, Crna Gora, Mađarska, Rumunija, Bugarska, Albanija

Skandinavija, Izrael, SAD

160

Poštovanje i povjerenje usmjereni ka stvaranju vrijednosti za klijente

Alarm automatika je regionalni tržišni lider u osmišljavanju i izvedbi cjelovitih, inovativnih i integrisanih rješenja tehničke zaštite. „Razmišljamo poduzetnički i dugoročno što prije svega znači da sa svojim korisnicima negujemo odnose poštovanja i povjerenja usmjerene ka stvaranju vrijednosti“, kaže g. Boris Popović, predsjednik uprave Alarm automatike.



Razvoj zasnovan na intenzivnom praćenju potreba korisnika

„Svoj brand DVC smo razvili kao odgovor na potrebe regionalnog tržišta za rješenjima videonadzora i video interfona. Prateći svjetske trendove sa jedne strane te potrebe i mogućnosti regionalnog tržišta sa druge, razvili smo proizvode koje odlikuju napredne tehnološke performanse, fleksibilnost i pouzdanost, sa optimalnim omjerom cijene i kvalitete“, navodi g. Popović.

„Neki od najvažnijih proizvoda kompanije Alarm automatika su DVC video-nadzor i ABSistem serija softvera za inteligentno upravljanje i kontrolu. DVC je vlastita robna marka videonadzora koju Alarm automatika razvija od 2003. godine. Proizvodi se baziraju se najmodernijim tehnologijama i pouzdanim komponentama (kamere, snimači i dodatna oprema), omogućavaju najviše performanse, a dostupni su u AHD i IP tehnologiji. Širok raspon opreme i njena fleksibilnost omogućuje primjenu u objektima različite veličine i namjene - od stambenih i manjih uredskih prostora do kompleksnih objekata povećanog rizika kojima se kreće veliki broj ljudi. Sa vlastitim razvojem softvera smo započeli prije gotovo 20 godina. Prvi softver je bio ABSistem za robno materijalno vođenje poslovanja tvrtki koje se bave tehničkom zaštitom. Zatim smo razvili softver ABSistemDC za prijem i obradu signala alarma u dojavnim centrima koji se kontinuirano unaprjeđuje zbog čega ga koristi većina dojavnih centara u regiji. Slijedi softver za integraciju sustava tehničke zaštite na objektu ABSistemDCi, a zadnjih nekoliko godina je razvijen niz softvera koji omogućuju integraciju tehničke zaštite sa softverima za vođenje poslovanja kao što su na primjer ABSistemPark, ABSistemCounter, ABSistemTicketing, ABSistemGuestManager, ABSistemInterlock i mnogi drugi“, kaže g. Popović.

Na pitanje, kako su došli na ideju za ove proizvode, g. Popović objašnjava: „Dugi niz godina aktivno pratimo razvoj industrije, izvrsno poznajemo proizvode i ponudu dostupnu na regionalnom tržištu. Isto tako, izvrsno poznajemo naše kupce - više od 2000 tvrtki u zemljama u kojima posluje, i sustavno pratimo njihove potrebe. To nam je omogućilo da sagledamo širu sliku i kreiramo vlastitu perspektivu pri unapređenju proizvoda sa ciljem postizanje najveće vrijednosti za kupca po najpovoljnijoj cijeni“.

„Razvoj softvera je potaknut potrebama tržišta za pouzdanim rješenjima centralizacije i integracije sustava tehničke zaštite koja se mogu prilagoditi specifičnim zahtjevima korisnika. Razvoj baziramo na intenzivnom praćenju potreba korisnika čije specifične potrebe nastojimo riješiti. Tako je nastao cijeli niz specijaliziranih softvera koji našim klijentima omogućuju da sustave tehničke zaštite stave u funkciju unaprjeđivanja poslovanja, energetske učinkovitosti i podizanja imidža prema vlastitim kupcima i korisnicima. Upravo po tome smo u regiji jedinstveni te prepoznati u zajednici o čemu svjedoče nagrade za inovaciju i realizirane projekte koje su nam dodijeljene“, ističe g. Popović.

Ideje mogu doći sa svih strana

„Na unapređivanju postojećih proizvoda i usluga, te na razvoju novih, radi se sustavno. Svi djelatnici svoje ideje mogu predložiti menadžmentu, pokrenuti osnivanje timova koji će se baviti analizom prijedloga za razvoj, a zatim i formirati timove koji će se baviti samim razvojem. U timove se uključuju ljudi iz različitih odjela i sa svih razina, tako je osigurano da svi mogu sudjelovati u tom procesu te biti prepoznati od strane vodećih ljudi tvrtke. Nadalje, u proces inoviranja postojećih proizvoda i stvaranja novih, uključeni su i naši kupci i dobavljači. U kreativnoj fazi procesa ideje mogu doći sa svih strana, pa tu komunikaciju aktivno potičemo. U fazi implementacije rješenja, naše iskustvo govori da je upravo nužno sudjelovanje svih strana unutar i izvan tvrtke kako bi se pratila uspješnost rješenja u realnom okruženju. To je dodatni razlog zašto smo otvoreni uključivanju kupaca i dobavljača u naš proces inoviranja i stvaranja novih vrijednosti“ objašnjava g. Popović.

Traženje rješenja za postojeće probleme kao način promišljanja

„Cilj razvoja i inovacije je kontinuirano razvijati ponudu vrijednosti za četiri osnovna segmenta tržišta. Svaka ponuđena vrijednost, sastoji se od specifičnog hardvera, softvera, usluga i platformi. Da bismo to mogli, moramo pratiti razvoj tehnologije, inovirati proizvode i usluge, te biti u svakom trenutku svojim kupcima pouzdan partner koji će pomicati njihove granice. Mogućnost da mogu sudjelovati u kreiranju inovacije veliki je poticaj za razvoj naših zaposlenika koji kroz tu aktivnosti mogu ostvariti svoje pune potencijale, pa je to još dodatni motiv da budemo angažirani kao tvrtka na području inovacija. Mi smo inženjerska firma i traženje rješenja za postojeće probleme naš je osnovni način promišljanja. Zapošljavamo mlade i kreativne ljude, koji svoje potencijale mogu razviti u ovom dijelu našeg poslovanja. Imamo vlastiti R&D odjel i on je jezgra procesa istraživanja i razvoja, a uz suradnju sa kolegama iz ostalih odjela nastaju specijalna rješenja sa našim potpisom“, kaže g. Popović.

Ideje mogu doći sa svih strana

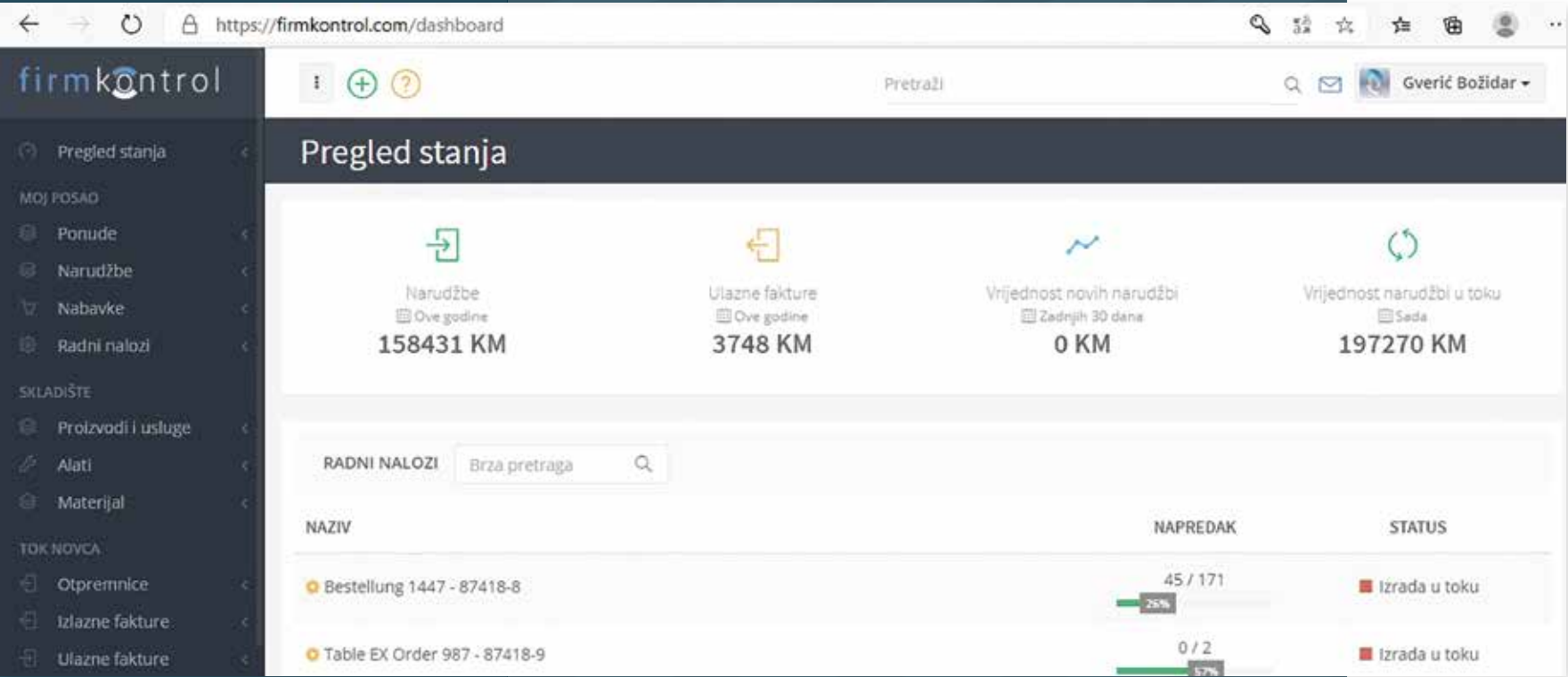
Na kraju, pitamo g. Popovića kako kupci vide njihove proizvode i po čemu se razlikuju od drugih. „Naši kupci vjeruju našim proizvodima i rješenjima. To je vidljivo prema broju prodanih rješenja kroz sve ove godine, te prema referentnoj listi kupaca i partnera sa kojima imamo dugogodišnju suradnju. Od drugih nas razlikuje mogućnost potpune prilagodbe ponude potrebama kupca i mogućnosti da povežemo različite proizvode i proizvođače našim rješenjima integracije.“

Intervju sa g. Borisom Popovićem, predsjednikom uprave kompanije Alarm automatika

Interdisciplinarni timovi u potrazi za pametnim rješenjima

O procesu razvoja i lansiranja proizvoda na tržište, g. Popović kaže: „Proučili smo tržište i postojeće proizvode s jedne strane, a s druge strane smo kontinuirano pratili potrebe naših klijenata i tražili pametna rješenja. Formirali smo interdisciplinarnе timove stručnjaka koji se kontinuirano bave razvojem DVC brenda i softvera. Pored svih uobičajenih marketinških i prodajnih aktivnosti koje radimo, Alarm automatika sudjeluje u čitavom nizu edukacijskih programa (vlastitih ili sudjelujemo u mrežama znanja), a to je također efikasan način na koji tržištu možemo približiti mogućnosti naših rješenja te ih dodatno promovirati.“ Kada je riječ o izazovima koji su pratili proces uvođenja novih proizvoda i načinima njihovog prevazilaženja, g. Popović pojašnjava: „Najveći izazov naše industrije je pratiti brze i velike promjene u razvoju tehnologije, tako da nema puno vremena za analize i promišljanja, već procesi istraživanja, analize, razvoja i implementacije moraju ići paralelno kako bi se pratio brzi tempo industrije. Proces stvaranja nove vrijednosti ponekad zna biti jako složen, pa je važno pojednostaviti ga kako bi se došlo do cilja u optimalnom roku.“

Kontinuirano usavršavanje programa



Firm Kontrol d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Mladena Stojanovića 4, 78000 Banja Luka
Bosna i Hercegovina
Boris Maksimović, direktor
+387 (0)65 544 969
info@firmkontrol.com, maksimovic@firmkontrol.com
www.firmkontrol.com
Softver za praćenje i organizaciju
proizvodnje Firm Kontrol
Bosna i Hercegovina
2

Kako je sve počelo - od žalbe do ideje

Priča je počela tako što su Bojan Kaurin i Boris Gverić, svako sa svoje strane, slušali brojne žalbe o tome kako je teško pratiti proizvodnju. Bojanov otac je bio direktor firme iz metal-skog sektora, a Borisov brat Božidar je radio u tehničkoj službi fabrike metalnih dijelova za namještaj. I jedan i drugi su nailazili na brojne probleme u preduzećima u kojima su radili i žalili se svojim u kući. Slušajući to, Boris i Bojan su došli na ideju da im pomognu tako što će napraviti softver koji će im omogućavati da prate proizvodnju na jednostavan i efikasan način u svakom trenutku i sa svakog mjesta.

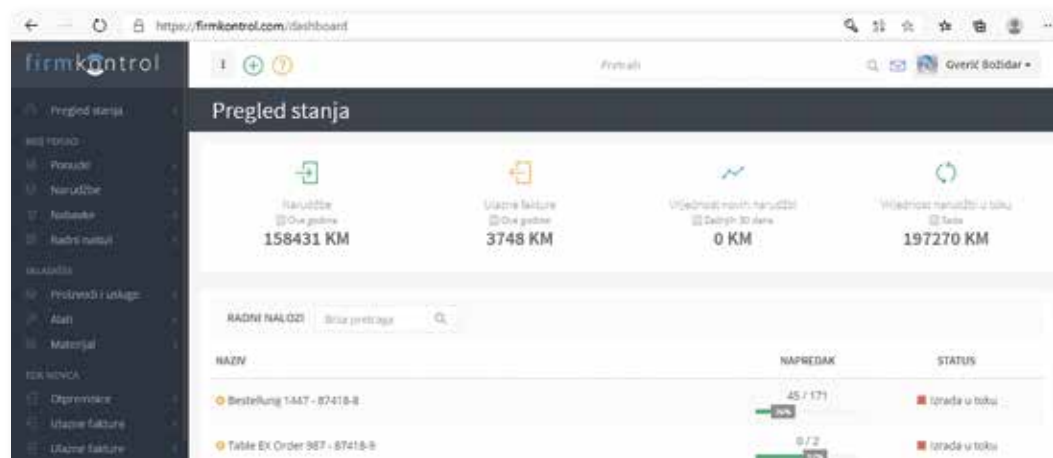
„Opipavanje pulsa“, prilagođavanje i lansiranje proizvoda na tržište

Ideja za kreiranje programa za praćenje i organizaciju proizvodnje se rodila početkom 2015 godine. Tokom sljedeće godine se radilo na inicijalnoj arhitekturi sistema koji je građen doslovno „od nule“. Sredinom 2016. godine su napravili nešto za šta su vjerovali da može zadovoljiti većinu klijenata. Gospodin Gverić se prisjeća: „Krenuli smo da opi-pavamo puls, išli od jedne do druge proizvodne firme i nudili privrednicima da probaju softver i kažu kako im to sve izgleda i da li zadovoljava njihove potrebe - šta im koristi, šta nedostaje i sl. Tada smo shvatili da su neke naše hipoteze bile pogrešne i da neke stvari, za koje smo mi vjerovali da nisu tako bitne, imaju krucijalnu važnost u proizvod-nom procesu pa smo, kako se to kaže u startup žargonu, morali malo da pivotiramo“. Na osnovu povratnih informacija koje su dobili od privrednika razvili su čitav niz novih stavki i tek kada su napravili ono što je većini njih odgovaralo, odlučili su da registruju firmu krajem 2016. godine.

Izazovi - nepovjerenje prema cloud tehnologijama

To je svakako nešto oko čega treba brinuti, ali gospodin Gverić ističe: „Mi tom problemu pristupamo sa najvećom mogućom pažnjom i odgovornošću, a ugovorom se obavezu-jemo da podaci neće od nas otići nijednoj trećoj strani“. Drugi veliki problem takođe ima veze sa prirodom sistema. Da bi jedan softver za praćenje proizvodnje davao rezultate menadžmentu o tome gdje „curi“ vrijeme, novac i materijal, taj softver mora koristiti cijela firma. Dakle, on nije od velike koristi ako ga koristi samo nekoliko ljudi, a i oni po-vremeno. Često su se susretali sa problemom da menadžment želi i treba jedan ovakav softver, ali da u ostatku firme nema želje za nekim alatom koji omogućava praćenje proizvodnje, a nekada čak dolazi i do pasivnih sabotaza.

Jedan od najvećih problema sa kojim se preduzeće suoča-va je nepovjerenje ljudi pre-ma cloud tehnologijama. Softver se nalazi na adresi www.firmkontrol.com i mno-gi od toga zaziru, jer se boje da će neko neovlašten moći da pristupi njihovim podacima.



Motivacija - od rješavanja problema do digitalnog suvereniteta

Nekoliko članova tima koji je zaslužan za stvaranje softvera i firme Firm Kontrol je radilo u proizvodnji.

„Mi smo ovaj program počeli da pravimo kako bismo uspješno mogli rješavati naše probleme, a onda, kada smo vidjeli da on počinje da prerasta naše prvobitne potrebe, te da bi mogao biti zanimljiv i drugima, odlučili smo se da pokrenemo firmu“, ističe Gverić. Kroz rad su upoznali unutrašnjost mnogih proizvodnih firmi i vidjeli stanje u kojem se one nalaze. Gverić pojašnjava: „Iako su često u firmama zaposleni talentovani i vrijedni ljudi, često se proizvodni tok ne prati na odgovarajući način, jer te firme ne mogu da sebi priušte odgovarajuće softverske alate. Strana softverska rješenja su često preskupa i prilagođena većim privrednim sistemima, a domaćih nema dovoljno ili pokrivaju samo jedan dio potrebnih scenarija. Mi smo odlučili da to stanje promijenimo“.

Govoreći o motivaciji, Gverić navodi: „Vodi nas želja da doprinesemo našem digitalnom suverenitetu, jer se bojimo da u budućnosti neće biti mnogo mjesta za privrede onih zemalja koje nisu u stanju da same proizvode tehnologiju pravljenju prema sopstvenim potrebama.“

Kontinuirano usavršavanje programa

Klijenti stalno šalju povratne informacije o softveru i predlažu ideje kako bi se on mogao dalje razvijati, a u preduzeću Firm Kontrol se ti prijedlozi i informacije analiziraju sa najvećom pažnjom, pa se onda na osnovu njih dorađuje sistem.

Gverić pojašnjava: „Sve ono što unaprijedimo za jednog klijenta automatski postaje dostupno i ostalima, tako da softver svakog mjeseca dobija nova ažuriranja i komponente. Pored toga, mi konstantno tražimo načine da budemo što bolji i da naš softver bude što konkurentniji, jer ne planiramo da se zadržimo samo na tržištu Bosne i Hercegovine“.

Timski rad, pritisak konkurencije i ideje klijenata kao podsticajni faktori za razvoj inovacija

Grupna dinamika i međusobni odnosi unutar tima su presudni za uspjeh – to što su od početne ideje došli do prve verzije proizvoda, a poslije i da registruju firmu kako bi svoj proizvod iznijeli na tržište. Mi smo se poznavali i prije ove preduzetničke avanture, ali smo kroz nju još više naučili kako da poštujemo tuđe mišljenje, kako da ne budemo ubijede- ni u ispravnost sopstvenih pretpostavki, te kako da te pretpostavke uspješno testiramo i na osnovu toga da izvedemo zaključke. Bez takve atmosfere u timu bilo kakav grupni rad bio bi praktično neizvodljiv“, ističe Gverić. Na razvoj i stalno usavršavanje preduzeća ih potiče pritisak konkurencije, ali i klijenti koji često imaju inovativne ideje i trude se da ih sprovedu u djelo. Kombinacija ova dva faktora djeluje podsticajno i zaslužna je u dobroj mjeri za trenutni oblik proizvoda.



Motivacija - od rješavanja problema do digitalnog suvereniteta

Ono što često privlači klijente je jednostavnost softvera. „Jednostavnost i usmjerenost ka korisniku od početka su nam bile ideje vodilje, a i naši korisnici su nam u mnogo slučajeva pomogli da 'izbrusimo' neke komponente koje su mogle biti jednostavnije nego što smo ih mi prvobitno napravili, tako da je to nešto čemu uvijek težimo“, kaže Gverić. Klijentima se takođe sviđa to što je širi tim preduzeća Firm Kontrol multidisciplinaran i čine ga inženjeri mašinstva, elektrotehnike, matematičar i prevodilac. Pored toga, iskustvo u radu u proizvodnim firmama je od velike pomoći da lakše nađu „zajednički jezik“ sa klijentima i da bolje razumiju probleme sa kojima se oni suočavaju.

Na pitanje šta ih izdvaja od drugih sličnih kompanija, Gverić komentariše: „Ključna karakteristika koja nas razlikuje od ostalih sličnih softverskih alata jeste ta da smo mi u potpunosti na internetu što našim korisnicima omogućava da podacima iz proizvodnje pristupe sa bilo koje tačke gdje imaju pristup internetu i u bilo kojem trenutku. Pored toga, mi ne obavezujemo naše klijente na kupovinu softvera, već oni plaćaju mjesečnu naknadu za korištenje na osnovu broja korisnika softvera unutar firme. Sistem se svakog mjeseca nadograđuje što znači da svi korisnici u kontinuitetu dobijaju nove komponente na korištenje.“

Intervju sa g. Božidarem Gverićem, konsultantom iz kompanije Firm Kontrol



Želja za napretkom kao pokretač inovacija

ZAHTJEVI KUPACA

STATUS ZAHTJEVA: <STAVKE> <Detaljan opis stavke> <SASTAVNICA> <KALKULACIJA> <PRERACUNAJ> <OTPREMNICE/RAČUN> <Priklad RN> <PONUDA / RN / FAKTURA> <KONTAKTI> <NABAVKA> <INT. SAOPŠTENJA> <IZMJENE>

PODACI O DOKUMENTU:

Br.Dokumenta: 227/16 Verzija: A Usvajena Valuta: KM (3)

Investitor/Kupac: 600075 Voith Hydro GmbH & Co. KG

Pozicije/opis: IZRADA ČELIČNIH DIJELOVA PREMA UPITU 6000168903

Rok/mjesto isporuke:

Uслови i rok placanja:

Opcija ponude:

Nacin pakovanja:

Garantni rok:

Datum zahtjeva: 11/8/2016 Bruto iznos:

Datum pril/odb: 11/8/2016 Rabat (iznos):

Realizacija: 11/8/2016 IZNOS bez PDV-a:

Status: Data_Ponuda Perez: 17 %:

Izradio: Murić Zoran IZNOS sa PDV:

NOVI ZAHTJEV KUPCA Lokacija dokumentacije ŠTAMPAJ

Rbr	Cent	Oznaka	Naziv
1	700904	6000168903	Support
2	700922	6000168903	Anchor hook
3	700923	6000168903	Flat piece
4	700903	6000168903	Fixing plate
5	700924	6000168903	Fixing plate

KALKULACIJA IDENTA: 700904

KALKULACIJA MATERIJALA:

Stra	Cent	Oznaka	Naziv	JM	Kolicina	Cijena	Vrijednost
M	200806	S235JR+N	Lim 10mm	m2	84.006	88.000	7392.53
M	200807	S235JR+N	Lim 12mm	m2	44.928	106.000	4762.37
M	200815	S235JR+N	Lim 35mm	m2	17.640	308.000	5433.12
M	200825	S235J2+N	UNP 100	m	2184.000	12.700	27736.80
M	211274	FI 1,2	Žica S33	kg	603.000	2.650	1597.95
M	216676	S235JR	Bežavna KV/C 120.0x5 - EN10210	m	1125.000	54.000	60750.00

KALKULACIJA RADA:

Grupa	Naziv grupe	Šifra	Opis	Cijena	Teg. UK	Ti. UK	Vrijednost
520	Pontograf	1	Rad i grupe	50.00	0.00	25080.00	20900.00
520	Pontograf	2	Priprema pozicija	18.00	0.00	11880.00	3564.00
560	Tražna pila	1	Rad i grupe	30.00	0.00	27720.00	13860.00
580	Bravar - sastavljanje	1	Rad i grupe	24.00	0.00	40200.00	16080.00
600	Zavarivanje	1	Rad i grupe	24.00	0.00	40200.00	16080.00
620	Brusanje i čišćenje	1	Rad i grupe	18.00	0.00	20100.00	6030.00
640	Bulžica	1	Rad i grupe	30.00	0.00	13500.00	6750.00

Dodatna obrada:

JM	Stra obrade	Naziv obrade	JMObrade	CijenaMObrade	UKObrade	UKVrijednostObrade
----	-------------	--------------	----------	---------------	----------	--------------------

Stampaj Excell Zahtjev za nab. Ukloni Mat. 107672.77+ RAD 83264.00+0.obrada 0.00 = UKUPNO: 190936.77

Najvažnije usluge preduzeća Nesoft su projektovanje i implementacija integrisanih informacionih sistema za podršku poslovnim procesima malih i srednjih preduzeća, te projektovanje i implementacija integrisanih menadžment sistema prema zahtjevima međunarodnih standarda i/ili zahtjevima preduzeća.

Informacioni sistem kao podrška poslovnim procesima i upravljanju kvalitetom

O nastanku ideje za pružanjem usluga iz oblasti projektovanja i implementacije integrisanih informacionih i menadžment sistema, kao i osnivanju preduzeća, Dragić priča: „Radeći u početku na poslovima implementacije sistema upravljanja kvalitetom prema zahtjevima serije standarda ISO 9000, brzo smo uvidjeli značaj sistema prikupljanja i obrade informacija u poslovnim sistemima. S obzirom na to da su klijenti neophodne informacije uglavnom prikupljali „ručno“, rođena je ideja razvoja integrisanog informacionog sistema koji će istovremeno pratiti poslovne procese preduzeća i pružiti punu podršku sistemu upravljanja kvalitetom. S vremenom, pored sistema upravljanja kvalitetom prema zahtjevima serije standarda ISO 9000, informacioni sistem je razvijan u skladu sa zahtjevima i drugih standarda (ISO 14000, ISO 17020, ISO 27000, OHSAS, HACCP i drugi).“

Informacioni sistem je prvobitno razvijan za preduzeća čija je primarna djelatnost obrada metala, da bi se ubrzo prilagodio potrebama preduzeća tekstilne industrije. Danas integrisani informacioni sistem podržava širok spektar industrijskih grana, a implementiran je i u nekoliko preduzeća čija je primarna djelatnost pružanje usluga (instituti, advokatske kancelarije, konsalting).

Planska kalkulacija/normativa
narudžbe kupca

Važnost definisanja očekivanja od informacionog sistema

Na pitanje o izazovima sa kojima se susreće u procesu uvođenja integrisanog informacionog sistema, Dragić pojašnjava:

„Jedan od najvećih izazova je svakako utvrđivanje jasnih zahtjeva koji se postavljaju pred informacioni sistem, te postavljanje „granice“ do kog nivoa detaljnosti će informacioni sistem pratiti poslovne procese preduzeća. Ovo je naročito važno kako bi se utvrdio optimalan odnos između raspoloživih, potrebnih resursa sa jedne strane i upotrebljivosti prikupljenih podataka u poslovnom odlučivanju sa druge strane.“



Nesoft d.o.o.

Kontakt osoba:

Proizvod/usluge:

Tržišta:

Broj zaposlenih:

Majke Jugovića 30, 78000 Banja Luka

Bosna i Hercegovina

Miroslav Dragić, direktor

+387 65 768 123

info@nesoft.ba

www.nesoft.ba

projektovanje i implementacija integrisanih informacionih sistema za podršku poslovnim procesima malih i srednjih preduzeća, projektovanje i implementacija integrisanih menadžment sistema prema zahtjevima međunarodnih standarda i/ili zahtjevima preduzeća, poslovno savjetovanje.

Bosna i Hercegovina

2

KALKULACIJA RN

Broj RZ:	P-11/16	Datum otvaranja:	21.3.2016.
Kupac:	MB4378	TOPLING D.O.O.	
Opis:	Kotao ET33		
Ponudac:	P-105/16	Status:	U proizvodnji
STAMPAJ	Planirani početak:	21.3.2016.	
	Planirani završetak:	21.3.2016.	
IZLAZ	Stvarni završetak:	21.3.2016.	

REALIZACIJA:

Realizacija: 16250.80KM - Utrošeni materijal: 6126.78KM - Utrošeni rad: 1069.33KM = 9053.80KM						
Broj RN	Ident	Naziv	JM	Predata	Cijena	Vrijednost KM
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	3	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	2	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	5	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	3	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	1	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	1	0.0000	0.0
P-11/16-1		KOTAO topljivosti na pelet	kom	3	0.0000	0.0

Pregled materijala (Zbirno):

UKUPNO UTROŠENO MATERIJALA Vrijednost: 6126.78KM

IDent	Oznaka	Naziv	JM	Utroseno mat	Cijena	Vrijednost mat	Skla
200211	nepodešeni	Vijak M8x20 sa šestougaonim glavom	kom.	200.00	0.0334	6.6800	
200269	nepodešeni	Vijak M10x25 sa šestougaonim glavom	kom.	154.00	0.1276	19.6500	
201012	Normalna	Narutka M4 šestougaona normalna	kom.	1000.00	0.0071	7.1000	
201016	Normalna	Narutka M8 šestougaona normalna	kom.	180.00	0.0223	3.9700	
201017	Normalna	Narutka M10 šestougaona normalna	kom.	183.00	0.0365	7.0600	
202973		Vijak 5.8x12 sa cilindričnom glavom i kratkastim uzorcima	kom.	800.00	0.0108	8.6400	
204508	Termopompi do +300°C	Silikon	kom.	2.00	5.5166	11.0300	
204741		Čvrsta sa rupom 10x20 mm	kom.	60.00	1.5048	90.2900	
204743		Čvrsta sa rupom 12x25 mm	kom.	80.00	0.9124	72.9900	
204811		Plastična staklena 30x20	m	52.00	6.7572	299.3700	

Kalkulacija utrošenog rada:

Sati rada: 110.33 / Vrijednost: 1069.33KM

IDRadnika	Prezime i ime	Utroseno sati	Cijena rada	Vrijednost rada
610045	Božidar Grabež	0.50	10.00	5.00
610046	Božidar Grabež	0.50		
610125	Đaniel Stojić	36.17	17.00	614.83
610125	Đaniel Stojić	17.63		
610130	Nebojša Sovajac	4.00	10.00	40.00
610130	Nebojša Sovajac	0.50		
610148	Nebojša Malčević	18.50	17.00	314.50
610152	Miranić Elvir	2.00	10.00	20.00

☐ Po radnicima i operacijama
 ☐ Po radnicima zbirno
 ☐ Po grupama podjela zbirno

9/38

8.8.2016.

Kalkulacija radnog zadatka

PREGLED UGRADNJE NA OBJEKTIMA		Predi na datum: 12-12-2016		EXCELL
LEGENDA:		Prikaži datum za: 7 dana		IZVRŠENJE PO ZADATKU
SUBOTA		Broj i SUBOTE		IZLAZ
NEDELJA		NEDELJE		
ZAUZET DAN		Zauzete dane		
Planirani završetak	Broj RZ	Datum otvaranja	Kupac	Opis zadatka
Wednesday, October 26, 2016	60/16	10/06/2016	ATB SEVER D.O.O.	IZRADA POKLOPAČA
Thursday, October 27, 2016	61/16	10/07/2016	ATB SEVER D.O.O.	POKLONJAC 2.BONT 400
Friday, October 28, 2016	62/16	10/08/2016	FRIGLINO HEIDRESSEL UND	PEO TM 500 T20R720 10 kom
Saturday, October 29, 2016				
Sunday, October 30, 2016				
Monday, October 31, 2016				
Tuesday, November 01, 2016				
Wednesday, November 02, 2016				
Thursday, November 03, 2016	63/16	11/03/2016	BECKER MARINE SYSTEMS GmbH	KORMILO BMS 10058-05
Friday, November 04, 2016				
Saturday, November 05, 2016				
Sunday, November 06, 2016				
Monday, November 07, 2016				
Tuesday, November 08, 2016				
Wednesday, November 09, 2016				
Thursday, November 10, 2016				
Friday, November 11, 2016	67/16	11/11/2016		SERČIJA
Saturday, November 12, 2016	68/16	11/12/2016		
Sunday, November 13, 2016				
Monday, November 14, 2016	70/16	11/14/2016	SKF MARINE GmbH	SUPPORT
Tuesday, November 15, 2016	71/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Wednesday, November 16, 2016	72/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Thursday, November 17, 2016	73/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Friday, November 18, 2016	74/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Saturday, November 19, 2016	75/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Sunday, November 20, 2016	76/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Monday, November 21, 2016	77/16	11/14/2016	ATB SEVER D.O.O.	KUČIŠTE
Tuesday, November 22, 2016				
Wednesday, November 23, 2016				

Operativni plan proizvodnje

Potrebe i zahtjevi klijenata - osnova za unapređenje i razvoj usluga

„Unapređenje postojećih i razvoj novih usluga su usko povezani sa potrebama i zahtjevima klijenata“, navodi Dragić. „Većina prijedloga za unapređenja proizlazi iz direktnog kontakta sa korisnicima naših usluga. Kroz intenzivan rad sa zaposlenima na različitim pozicijama u preduzećima stičemo uvid u njihove potrebe, probleme i zahtjeve, što koristimo kao osnovu za usavršavanje i razvoj naših usluga.“

Želja za napretkom kao pokretač inovacija

Kada je riječ o motivaciji i faktorima koji ih pokreću na inovacije, Dragić kaže: “Na inovacije nas pokreće želja za napredovanjem - kako ličnim, tako i napredovanjem našeg preduzeća. Prije svega, ponosni smo na dugogodišnju saradnju sa našim klijentima. Naš pristup poslovanju daje prednost proširenju obima poslovanja kroz pružanje više (često novih) integrisanih usluga klijentima, naspram povećanja broja klijenata. Sa druge strane, kroz obrazovanje i napredovanje na ličnom planu nastojimo pratiti nove trendove u informacionim tehnologijama i upravljanju proizvodnjom.“

Preporuke i zadovoljstvo klijenata

O saradnji sa klijentima i njihovom zadovoljstvu, Dragić navodi: „Na osnovu dosadašnjeg iskustva možemo reći da klijenti naše proizvode vide kao neophodan alat u svom poslovanju. Dugoročna saradnja i preporuke naših klijenata su najbolji pokazatelj njihovog zadovoljstva pruženim uslugama. U tom kontekstu, smatramo da se od drugih razlikujemo po tome što smo kreirali rješenja koja su specijalizovana za mala i srednja preduzeća proizvodne djelatnosti, pri čemu se postiže usklađenost sa zahtjevima standarda upravljanja kvalitetom (ISO 9000) i drugim relevantnim standardima.“

Intervju sa g. Miroslavom Dragićem, direktorom preduzeća Nesoft

Softeri za projekt menadžment i elektronsku ovjeru dokumenta

Registar ovjera

Osnovni podaci Podaci o strankama

Osnovni podaci

Ov. Broj: 03-056-2/2015

Predmet ovjere: Ovjera potpisa

Naziv isprave na kojoj se vidi ovjera: Rješenje Opštine Teslić broj 02-360-9/14 od 25.05.2014

Napomena:

Takse: Iznos takse

Broj strana ovjere: 1-10

Broj strana dokumenta: 1

Dodajte taksu:

1 KM 2 KM 5 KM 10 KM 50 KM

Apoen (naziv)	kolicina	iznos	ukupno (KM)	+/-
2 KM Taksa	1	2,00	2,00	
			Ukupno:	2,00

Ovjera fotokopije - latinica
Ovjera fotokopije - cirilica
Ovjera potpisa - latinica
Ovjera potpisa - cirilica
Ovjera rukopisa - latinica
Ovjera rukopisa - cirilica

ESIO
Informacioni sistem



Esio – elektronska ovjera potpisa

Najvažniji softverski proizvodi agencije Spider Web su Kendo Manager i ESIO - informacioni sistem za elektronsku ovjeru dokumenta.

Agencija Spider Web je osnovana 2012 godine. Od svog osnivanja do danas, agencija se bavi razvojem, implementacijom i održavanjem informacionih sistema (pretežno iz oblasti e-trgovine i poslovnih informacionih sistema), uslugama digitalnog marketinga i izradom web rješenja. Vuković ističe: „Specijalizovani smo za izradu namjenskih softverskih rješenja. Saradujemo sa sertifikovanim i iskusnim web developerima sa dugogodišnjim iskustvom u zemlji i inostranstvu. Naša vizija je da razvijamo informatičke proizvode i servise po mjeri korisnika.”

Softerska rješenja za projekt menadžment i elektronsku ovjeru dokumenta

Kada je riječ o softveru Kendo Manager, Vuković pojašnjava: „Kada smo radili na njegovom razvoju želja nam je bila da spojimo tradicionalni projekt menadžment i agilni projekt menadžment u jedinstveni alat na nivou enterprise softvera za upravljanje projektima. Softver podržava engleski, njemački, španski, srpski, bosanski i hrvatski jezik. Prodaje se i koristi na globalnom nivou”. Više informacija o ovom softveru je raspoloživo na veb-stranici www.kendomanager.com.

Drugi softver koji je razvila agencija Spider Web je ESIO - informacioni sistem za elektronsku ovjeru dokumenta. „ESIO je prvi informacioni sistem za elektronsku ovjeru dokumenta, prepisa i rukopisa namijenjen za javnu upravu koji koristi lcd tablicu za elektronsko potpisivanje kod evidentiranja podataka o stranci. Upotreba lcd tablice i olovke za elektronsko potpisivanje omogućavaju stranci da se elektronski potpiše i da se njen elektronski potpis doda u elektronski dokument ili aplikaciju. Na ovaj način se kreira pravno važeći elektronski dokument. ESIO trenutno koristi 12 opština u Republici Srpskoj i Federaciji Bosne i Hercegovine. Distribuciju softvera vršimo u saradnji sa firmom Itineris iz Tuzle”, navodi Vuković.



Agencija
Spider Web
Kontakt osoba:

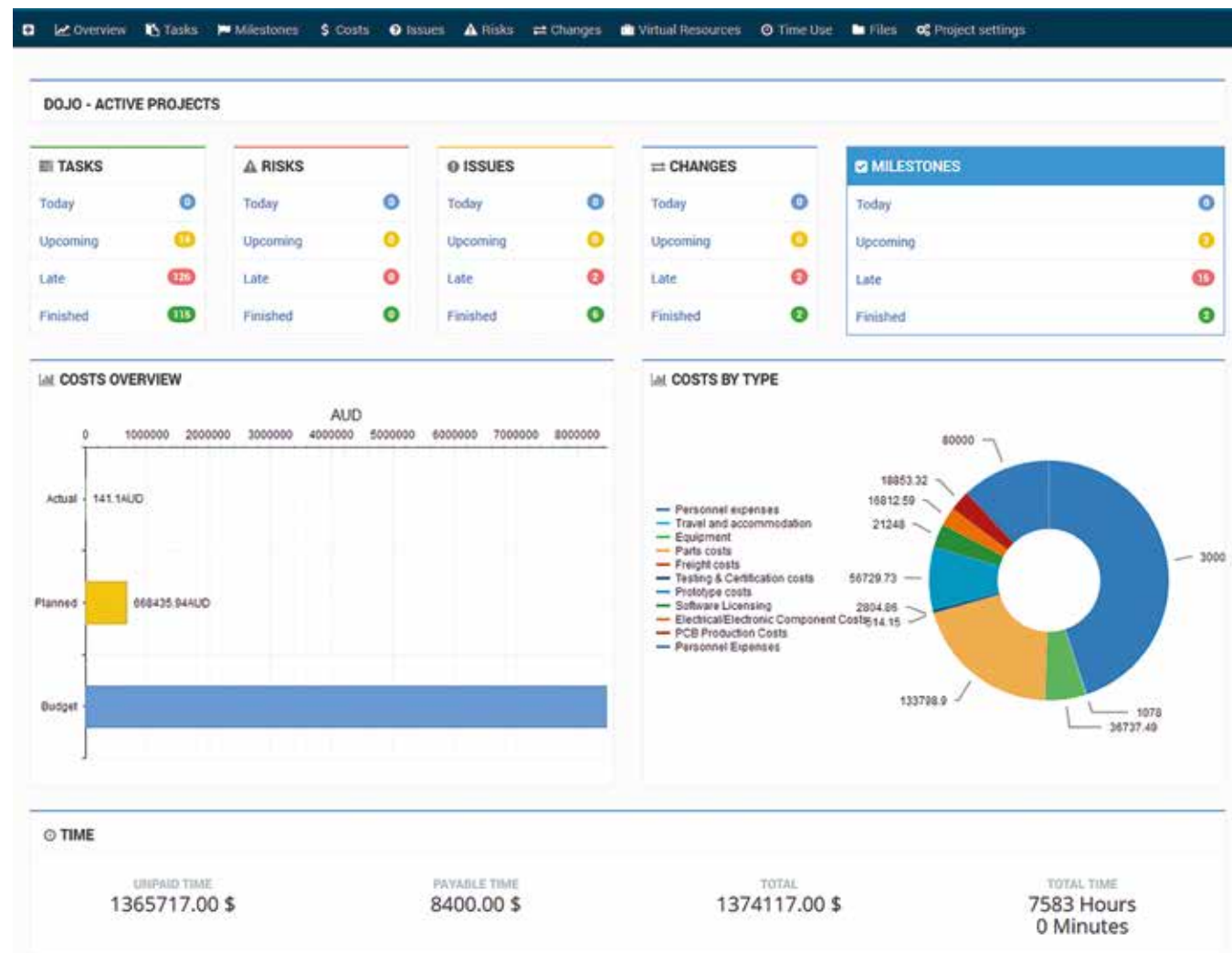
Proizvod/usluge:

Tržišta:
Broj zaposlenih:

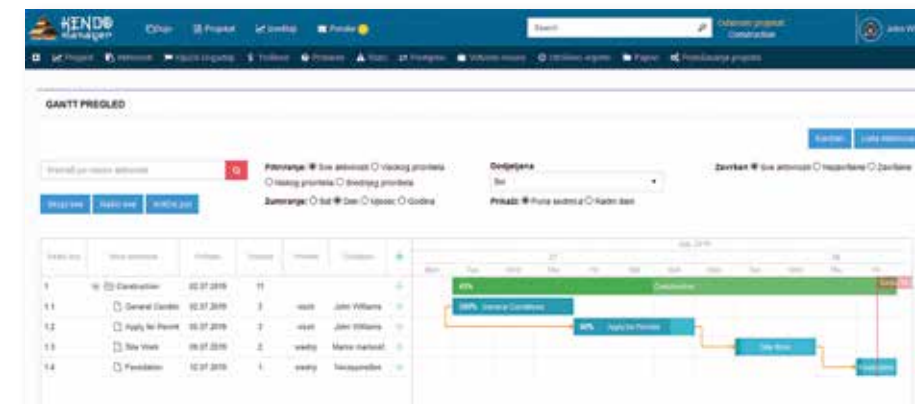
Alekse Šantića, 74270 Teslić
Bosna i Hercegovina
mr Ljubiša Vuković, direktor
+387 (0)65 569 972
<https://spidersoft.info>
www.kendomanager.com

- izrada softvera po narudžbi,
- izrada internet stranica,
- umrežavanje,
- razvoj informacionih sistema,
- upravljanje IT projektima.

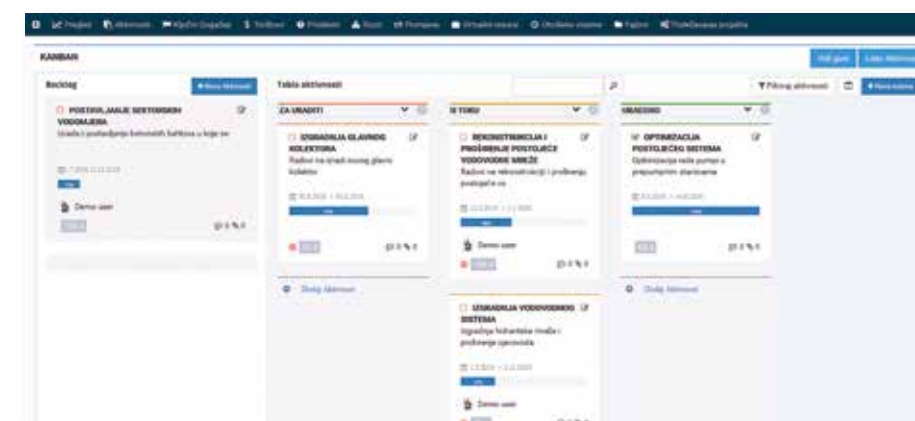
Bosna i Hercegovina, Evropa , Australija Amerika
1



Upravljanje projektom



Gantov dijagram



Kanban tabla

O idejama za nastanak softvera i izazovima u lansiranju proizvoda

Ideje za razvoj pomenutih softvera su nastale u procesu rješavanja problema klijenata i njihovih potreba da upravljaju projektima na efikasniji i djelotvorniji način (Kendo Manager), odnosno da pojednostave i ubrzaju ovjeru različitih dokumenata (ESIO). Ovakvi proizvodi nisu postojali na tržištu Bosne i Hercegovine i u tom smislu predstavljaju inovaciju u ovoj oblasti.

„Tokom razvoja i lansiranja proizvoda na tržište susretali smo se sa brojnim izazovima, a među najvećima je svako nedostatak finansijskih sredstava. Ipak, uz disciplinu i strpljenje, uspješno smo ih prevazišli. Kontinuiramo radimo na unapređenju softvera na osnovu korisničkih sugestija i analize tržišta. Pritom, težimo perfekciji. Korisnički smo orijentisani i posvećeni klijentu kako bi bio što zadovoljniji“, ističe Vuković.

Intervju sa g. Ljubišom Vukovićem, direktorom agencije Spider Web

Pogovor

Nadamo se da je publikacija ponudila detalje koji su vam zanimljivi. To je jedan od razloga za pripremu publikacije - da se zanimljivim detaljima privuče pažnja na oblast inovacija. Takođe, važno je bilo pokazati da inovacije nisu nedostižne za preduzeća iz BiH, već da ih određena preduzeća iz bližeg okruženja konstantno uvode. Navedeni primjeri pokazuju da uvođenje inovacija ima veliki značaj za razvoj preduzeća, to jest da se inovacije isplate. Ako su inovacije potrebne i moguće, otvaraju se pitanja na koji način se uvode i koji su najveći izazovi, što je takođe opisano. Vizija, inspiracija i liderstvo vođstva firme, posvećenost i zadovoljstvo zaposlenih koji dijele iste vrijednosti, saradnja sa eksternim saradnicima u segmentima koji su nedovoljno razvijeni unutar preduzeća (npr. industrijski dizajn), uz kontinuirano prikupljanje informacija o potrebama, zahtjevima i problemima klijenata, te prilagođavanje proizvoda/usluga kako bi se maksimiziralo njihovo zadovoljstvo (primjena marketinške orijentacije u poslovanju), predstavljaju neke od faktora za uspješno uvođenje inovacija u MSP.

Publikacija treba da prenese još jednu važnu poruku – za inovacije je potrebna saradnja. U opisanim slučajevima se vidi da su brojne interakcije unutar samog preduzeća, kao i između preduzeća i faktora iz okruženja, omogućile uvođenje inovacija.

U okviru projekta **NOVALIS – Network of Value Adding Local Innovation Structures** (mreža lokalnih struktura za kreiranje dodatne vrijednosti) koji implementira **Eda – Agencija za razvoj preduzeća**, predviđena je realizacija aktivnosti koje su usmjerene na uspostavljanje i unapređenje komunikacije između subjekata čija je saradnja potrebna da bi mala i srednja preduzeća postala inovativna. Sektorski odbori koji su učestvovali u nekoliko projekata koje je Eda implementirala su u početku okupljali prvenstveno preduzeća, a vremenom i druge subjekte, ali sada struktura i uloga Sektorskih odbora evoluiraju u skladu a promjenama u okruženju. Svrha je i dalje na pronalaženju načina da se ostvari sljedeći razvojni korak u preduzećima, ali fokus sada nije prvenstveno na uvođenju nove tehnologije i opreme, već na omogućavanju uvođenja inovacija. U skladu s tim se mijenja i struktura, pa Sektorski odbori sada uključuju predstavnike ministarstava, fakulteta i drugih subjekata koji pružaju podršku preduzećima u razvoju novih proizvoda i unapređenju poslovnih procesa.

Predviđeno je da tokom projekta NOVALIS Sektorski odbori prerastu u Izvorno orijentisanu mrežu fokusiranu na inovacije u industriji. To je jedan od mehanizama koji treba da unaprijede saradnju između relevantnih subjekata, omogućuće zajedničko djelovanje u ovoj oblasti i tako obezbijede kapacitete potrebne za uvođenje inovacija, kapacitete koji članovi mreže, pojedinačno, nemaju. Takođe, projektom je predviđeno da se ojača saradnja fakulteta i privrede, gdje je fokus na razvoju novih proizvoda uključujući razvoj i testiranje komponenti u dostupnim laboratorijama na fakultetima, uz angažovanje studenata i osoblja fakulteta kroz inovacionu laboratoriju fokusiranu na rad sa studentima (Student's

Innovation Lab). Projektom je predviđeno i da se iskustva u vezi sa inovacijama razmjenjuju između preduzeća u BiH, ali i sa preduzećima iz okruženja, pa se radi na uspostavljanju Poslovnog inovacionog kluba (Business Innovation Club), mreže koja omogućava moderiranu komunikaciju između inovativnih preduzeća u regiji. Navedene strukture treba da ubrzaju protok informacija, omoguće uvid u različita iskustva i iniciraju nastanak novih ideja, kao i saradnje između svih subjekata koji mogu da podrže uvođenje inovacija u preduzećima.

U okviru projekta „Evropski okvir za razvoj strategija i politika za mala i srednja preduzeća u BiH – SBA u BiH”², radi se na uspostavljanju strategijskog okvira za MSP u BiH, gdje inovacije imaju izuzetno važnu ulogu i uključene su u strateške dokumente čija je izrada u toku. Takođe, Eda učestvuje u pripremi Akcionih planova podrške inovacijama u MSP koji se priprema za Republiku Srpsku, Federaciju BiH i Brčko Distrikt. Iskustva projekta NOVALIS će biti korisna u izradi strateških dokumenata.

² Više informacija o ovom projektu je dostupno na: <https://edabl.org/wp-content/uploads/2017/11/SBA-u-BiH.pdf>

Projekat NOVALIS, u okviru EU4Business projekta u Bosni i Hercegovini

Eda - Agencija za razvoj preduzeća, Banja Luka
eda@edabl.org

brending
ideja
prototip
INOVACIJA
koncept
dizajn

PROIZVODNJA

distribucija

marketing
profit
postprodajne
usluge
KREATIVNOST