



# Infokom

GLASNIK VANJSKOTRGOVINSKE/SPOLJNOTRGOVINSKE KOMORE BOSNE I HERCEGOVINE

WWW.KOMORABIH.BA

BROJ 81 • GODINA XIV • JUNI / LIPANJ 2021.

BESPLATAN PRIMJERAK



**Möbel  
'Made in  
Bosnia &  
Herzegovina'**



FurniDigit - Razvoj digitalne promocije kompanija iz sektora namještaja BiH na međunarodnom tržištu

MEĐUNARODNA SARADNJA • AKTIVNOSTI KOMORE • TRANSPORT • ANALIZE  
REGULATIVA • DIGITALIZACIJA • EDUKACIJA • EEN MREŽA • PREDSTAVLJAMO



**Izdavač:**

VANJSKOTRGOVINSKA /  
SPOLJNOTRGOVINSKA  
KOMORA BOSNE I  
HERCEGOVINE

**Adresa:**

Branislava Đurđeva 10  
71000 Sarajevo

**Uređivački kolegij:**

Ahmet Egrlić, predsjednik  
Ivan Mandić  
Zdravko Marinković  
Nihad Bajramović  
Enes Ališković  
Ognjenka Lalović  
Boris Marković  
Aida Kapičija

**Kontakt:**

Aida Kapičija  
Tel: +387 33 566-272  
Fax: +387 33 214-292  
E- mail:  
aida.kapicija@komorabih.ba  
<http://www.komorabih.ba>

**Dizajn i priprema:**

Engin Mešanović

BESPLATAN PRIMJERAK

# Sadržaj

- 4** Konferencija i online poslovni susreti „ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO – Inovacije i odgovor MSP-a na COVID-19”
- 6** Aktivnosti i rezultati za 2020. godinu Konzorcija Evropske preduzetničke mreže Federacije Bosne i Hercegovine
- 8** KOMORSKI INVESTICIONI FORUM Postati snažniji nakon COVID-19: Nearshoring potencijal zapadnog Balkana
- 11** Partnerstvo komora zapadnog Balkana
- 12** NAGRADA Biznis lideri održivog razvoja u Bosni i Hercegovini za 2021. godinu – inspiracija i primjer za druge
- 14** KONFERENCIJA Kreiranje i jačanje zelenih lanaca vrijednosti u Bosni i Hercegovini
- 19** TRANSPORT Doprinos međunarodne trgovine i lanaca opskrbe održivoj društveno-ekonomskoj obnovi u vrijeme pandemije
- 20** REGULATIVA Alternativna primjenjiva pravila porijekla robe
- 23** KONFERENCIJA „Tajne uspjeha brzorastućih kompanija”
- 24** DIGITALNA KOMORA
- 26** Horizon Europe-European Innovation Council Mogućnosti finansiranja razvoja i komercijalizacije inovativnih proizvoda malih i srednjih preduzeća
- 28** ANALIZA Računovodstveni sektor u Bosni i Hercegovini
- 30** INDUSTRIJA NAMJEŠTAJA Pet najvažnijih trendova u interijeru za sezonu 2021/2022.
- 32** „FurniDigit” - Razvoj digitalne promocije kompanija iz sektora namještaja BiH na međunarodnom tržištu uz podršku bh. dijaspore
- 36** OKRUGLI STO Presjek stanja u duvanskoj industriji BiH i strateške smjernice revitalizacije
- 40** TRANSPORT Preliminarni pokazatelji prijevoza putnika u 2020/2019.
- 44** PREDSTAVLJAMO Sarajevska pivara - najstariji industrijski pogon u BiH
- 46** DIGITALNA TRANSFORMACIJA U BIH Sigurnost i bezbjednost
- 50** Digitalna transformacija kao pilar razvoja digitalne industrije
- 52** Edukacije Komore
- 55** Medijska zastupljenost VTK/STK BiH
- 56** AGENCIJA ZA NADZOR NAD TRŽIŠTEM BIH Plutajući proizvodi za rekreaciju

# Uvodnik

*Dragi čitaoci,*

iako je pandemija koronavirusa i dalje prisutna, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine uspijeva realizovati sve svoje planirane aktivnosti, a jedna od njih je i novo izdanje komorskog glasnika Infokom.

Na stranicama koje slijede pronaći ćete mnogo zanimljivih sadržaja. Između ostalog, prenosimo vam utiske sa konferencije posvećene ženskom preduzetništvu, realizovane u hibridnom formatu u okviru EEN mreže, tokom koje su razmijenjeni primjeri odličnih odgovora preduzetnica na izazovne poslovne uslove uzrokovane „krizom COVID-19“.

Uvažavajući potrebe bh. privrednika, ovaj put povodom inicijative privrednika reciklažne industrije i proizvođača ekološki prihvatljivih izvora energije, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine pokrenula je određene aktivnosti s ciljem unapređenja cirkularne ekonomije i jačanja zelenih lanaca vrijednosti. Potreba intenziviranja svih aktivnosti u navedenoj oblasti dodatno je važna jer je nova trgovinska strategija EU jasna i temelji se na održivosti, klimatski neutralnoj privredi i zelenoj transformaciji.

Akcent na međunarodnih aktivnosti stavljen je na djelovanje Komore kroz članstvo u Komorskom investicionom forumu zapadnog Balkana u okviru kojeg se kroz implementaciju trenutno tri projekta realizuju brojne aktivnosti. Jedna od njih je i nedavno objavljena studija „Potencijal zapadnog Balkana za privlačenje stranih investicija u post-kovid periodu“ čiji je cilj predstaviti prednosti regiona, ali i ukazati na oblasti u koje je potrebno ulagati dodatne resurse kako bi privrede zapadnog Balkana bile što atraktivnije za domaće i strane investitore. Pored navedenog, a u okviru implementacije Akcionog plana za zajedničko regionalno tržišta, KIF ZB6 aktivno radi na pripremi Market Access Database i Market Intelligent Database, ali i drugog materijala o kojima će više riječi biti u jesenjem izdanju Infokoma.

Kao što sam rekao na samom početku, novi broj Infokoma sadrži zanimljive tekstove koji će, nadamo se, pobuditi vaša interesovanja te se nadam da ćete uživati čitajući ih.

Ahmet Egrić, predsjednik  
Vanjskotrgovinske komore BiH



# WOMEN ENTREPRENEURSHIP

## Innovation and response of SME's to COVID-19

Hybrid event - Sarajevo, 25 - 26 May 2021

Konferencija i online poslovni susreti

# „ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO – Inovacije i odgovor MSP-a na COVID-19“

Fokus je stavljen na promociju ženskog poduzetništva i primjera odličnih odgovora poduzetnica na izazovne poslovne uvjete izazvane takozvanom „krizom COVID-19“

**V**anjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, kao koordinator BITNET konzorcija, i

EEN Sektorska grupa ženskog poduzetništva su 25. i 26. maja 2021. u hotelu Hills u Sarajevu, sa suorganizatorima i partnerima Mreže, organizovali hibridni događaj pod nazivom „ŽENSKO PREDUZETNIŠTVO – Inovacije i odgovor MSP-a na COVID-19“.

Za događaj se prijavilo 140 učesnika koji su imali prilike da tokom onlne poslovnih sastanka prošire svoju mrežu kontakata i uspostave saradnju sa ostalim zemljama iz regiona i šire. Pored BiH, učestvovalo je još 13

zemalja (Albanija, Austrija, Belgija, Hrvatska, Mađarska, Kosovo, Sjeverna Makedonija, Crna Gora, Poljska, Rumunija, Srbija, Španija i Ukrajina).

### Inovacija je ključna!

Luisa Prista, voditeljica Odjela za inovacijske ekosisteme, SMP/poduzetništvo i potrošače pri Izvršnoj agenciji Evropskog vijeća za inovacije i mala i srednja poduzeća (EISMEA), koja se

skupu obratila na temu „Podrška Evropske poduzetničke mreže ženskom poduzetništvu u narednom periodu“, poentirala je u svom izlaganju:

„Kompanije pod rukovodstvom žena ostvaruju bolje poslovne rezultate od onih pod rukovodstvom muškaraca.”

Srce događaja su bile dvije panel-diskusije, u organizaciji Regionalne asocijacije poduzetnica Poslovna žena i Univerziteta u Sarajevu, sa učesnicama koje su svojim realnim primjerima iz prakse dokazale da je u toku krize poslovanje moguće ne samo održati nego i unaprijediti.

Bila je ovo prilika da se čuju iskustva i nekoliko poduzetnica koje su u jeku epidemiološke i ekonomske krize pokrenule nove biznise i odgovorile na nepredvidljiva ekonomska kretanja. To je podrazumijevalo inoviranje: poslovnog modela, marketinga i komunikacijske strategije, dostave i sistema nabavke te razvoj domaćih kompanija u pravcu razvoja franšiznog poslovanja.

Primjetni su i slučajevi poslovne solidarnosti, a uočeno je nekoliko primjera ukрупnjavanja ponude gdje su čak i ljuti konkurenti počeli zajedničku saradnju. Digitalizacija je neminovna, opći je zaključak, i nikada više neće biti kao prije pandemije te će rad od kuće i korištenje digitalnih alata biti praksa i po normalizaciji poslovnog ambijenta. Istaknuti su izazovi domaćih startapa na polju privlačenja stranih investicija te izazovi u domenu institucionalne podrške koja zaostaje, zbog čega je uvjerenje da će jedan od efekata ovog događaja biti lakši i pojednostavljen pristup kapitalu.

Organizatori su se zahvalili svim partnerima pri organizaciji ovog događaja i naglasili da će pratiti kakve i kolike promjene su izazvali njegovom održavanjem. Svakako, osnovni cilj je traženje novih načina povezivanja poslovnih interesa, uz istovremenu promociju regionalne saradnje, evropskih vrijednosti, kao i snage ženskog poduzetništva.



**Luisa Prista, voditeljica Odjela za inovacijske ekosisteme, SMP/ poduzetništvo i potrošače pri Izvršnoj agenciji Evropskog vijeća za inovacije i mala i srednja poduzeća (EISMEA)**

**“Pandemija je poziv za buđenje za drugačiji, budući ekonomski model u čijem će centru biti žene. Podijeliću nekoliko brojeva s vama i rezultate nedavno provedenog istraživanja koje je provela Evropska investicijska banka: Žene čini preko 60% visokoobrazovanog kadra, donose preko 80% odluka o kupovini.**

**Kompanije pod rukovodstvom žena, ostvaruju bolje dugoročne poslovne rezultate, od onih pod rukovodstvom muškaraca, prave više radnih mjesta, a gender ujednačeni timovi generišu veći prihod!”**

**“Žene mogu biti uspješne u ulozi majke, supruge i poduzetnice!”**



# Aktivnosti i rezultati za 2020. godinu

## Konzorcija Evropske preduzetničke mreže

### Federacije Bosne i Hercegovine

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

Mreža je aktivna u preko 60 zemalja svijeta, uključujući sve države članice EU, i to putem više od stotinu konzorcija, te povezuje preko 4.000 eksperata iz oblasti preduzetništva i transfera tehnologije s ciljem promocije konkurentnosti i inovacija na lokalnom i evropskom nivou.

Evropska preduzetnička mreža se finansira iz programa COSME, programa Evropske unije za podsticanje konkurentnosti malih i srednjih preduzeća i uopšte za razvoj preduzetništva.

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

Konzorcij Evropske preduzetničke mreže u Federaciji Bosne i Hercegovine

([www.een.ba](http://www.een.ba)) čine Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, kao koordinator Konzorcija EEN mreže u Federaciji Bosne i Hercegovine, i partneri: Sarajevska regionalna razvojna agencija (SERDA), Univerzitet u Sarajevu, INTERA Tehnološki park Mostar, BIT centar Tuzla, Zenička razvojna agencija (ZEDA), Razvojna agencija Unsko-sanskog kantona (RAUSK).

U 2020. godini je intenzivirana upotreba digitalnih alata i kanala komunikacije koji postaju glavni alat u pomaganju klijentima u njihovom prilagođavanju prema novoj paradigmi uspostavljanja kontakata i poslovanja u okviru Mreže. Na samom početku 2020. godine otkazani su gotovo svi industrijski poslovni događaji (sajmovi, konferencije, B2B sastanci, samiti). Kao Konzorcij pokušavali smo pronaći nove načine za međunarodno povezivanje pa smo organizovali internetske B2B događaje, virtualne konferencije i sajmove koristeći inovativne virtualne platforme, pokušavajući istovremeno pružiti intenzivnu tehničku podršku onim kompanijama koje nisu dovoljno upoznate sa upotrebom takvih IT alata. Potražnja za pristupom povoljnim finansijskim sredstvima i pronalaženje novih međunarodnih partnera značajno je povećana u prošloj godini tako da je osoblje EEN-a u Konzorciju pojačalo svoje aktivnosti prema malim i srednjim preduzećima sa internacionalnim kapacitetima u pružanju savjetodavnih usluga i u partnerskoj podršci.

U proteklom periodu održani su brojni sastanci praćeni sedmičnom komunikacijom unutar Konzorcija u cjelini ili pojedinačno sa određenim partnerima. Konzorcij je preduzeo aktivnosti pomažući malim i srednjim preduzećima u tumačenju i primjeni zakonodavstva EU, informišući i savjetujući ih o pristupu sredstvima EU te promovišući najbolje prakse među partnerima Mreže. Iskoristili smo brojne alate koje nudi Evropska preduzetnička mreža i IT platforme, uključujući bazu poslovne saradnje i forum EEN mreže gdje smo upite inostranih kompanija prosljeđivali direktno našim drvnim, tekstilnim, metalnim, poljoprivrednim udruženjima, koji su nam pružili pomoć u pronalasku poslovnih partnera u našoj zemlji.

Partneri Konzorcija su (su)organizovali 26 brokerskih događaja.

Od organizovanih događaja izdvajamo Connecto 2020, jedinstven događaj koji je organizovao INTERA Tehnološki park Mostar, koji je okupio preduzetnike iz bosanskohercegovačke dijaspore, domaće preduzetnike, ulagače i predstavnike velikih preduzeća iz cijele Evrope, ambasade i relevantne državne institucije, s ciljem sklapanja novih poslova i partnerstava, osiguranja investicija i osvajanja novih tržišta za bh. proizvode i usluge. Očekuje se da će dogovoreni poslovi putem Connecto 2020 predstavljati značajan podstrek bosanskohercegovačkoj ekonomiji, postaviti snažne temelje za saniranje ekonomskih posljedica pandemije



COVID-19 i izgradnju bolje budućnosti za bosanskohercegovačku privredu. Preduzetnici iz dijaspore su imali priliku da čuju korisne informacije o domaćim proizvodnim i uslužnim kapacitetima te mogućnostima za direktne investicije s posebnim naglaskom na mikrolokacijsko investiranje, dok su domaći preduzetnici imali priliku da iskoriste vrijedne prilike za širenje poslovanja na međunarodno tržište i pronalazak investitora u cilju unapređenja postojećih djelatnosti. Zbog posebnih okolnosti uzrokovanih pandemijom koronavirusa, konferencija se održala online, putem internetskih platformi. Kroz panel-raspravu te niz prezentacija i pozitivnih priča o prilikama za razvoj poslovanja, potrebama različitih tržišta i mogućnostima sklapanja partnerstava domaća preduzeća su imala priliku naći novi prostor za svoje proizvode i usluge na tržištu.

Konferencija je preduzetnicima iz BiH i dijaspore otvorila prostor za prepoznavanje novih prilika za poslovanje, investicije te plasman proizvoda i usluga kako na bosanskohercegovačko tako i na regionalno, EU i svjetsko tržište. Svi zainteresovani preduzetnici su imali priliku da putem platforme za online komunikaciju ostvare direktne kontakte s potencijalnim partnerima, saradni-

cima i investitorima iz inostranstva te poslovne dijaspore BiH.

INTERA Tehnološki park je prenio pozitivna iskustva digitalne B2B platforme, istakavši da su postignutni izvanredni rezultati, te zahvalio svima na promociji ovog internacionalnog događaja. Ovom događaju su prisustvovala 173 pravna subjekta sa 376 učesnika, a održano je 270 sastanaka, od kojih su 183 bila transnacionalna.

Ujedno je potpisano 15 ugovora o međunarodnoj partnerskoj saradnji, od kojih se 12 odnosi na ugovore iz oblasti poslovne saradnje a tri na istraživanje. Također, pruženo je 11 savjetodavnih usluga iz različitih oblasti.

Kada je u pitanju baza podataka poslovne i tehnološke saradnje i razvoja/istraživanja, pokazan je veliki interes za saradnju između inostranih i bosanskohercegovačkih firmi te je u tom smislu razmijenjeno 200 podataka u vezi sa uslugama poslovne saradnje.

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

Konzorcij svoje klijente redovno informiše o aktivnostima, planiranim događajima i ostalim aktuelnostima putem web stranice, magazina Infokom Vanjskotrgovinske komore BiH, kao i

putem ostalih društvenih medija.

Sve aktivnosti iz oblasti programa COSME i Horizon 2020 koje je implementirao EEN Konzorcij iz Federacije Bosne i Hercegovine u izvještajnom periodu za 2020. godinu je Izvršna agencija za mala i srednja preduzeća (EASME), koju je osnovala Evropska komisija, ocijenila najvišom ocjenom.

Konzorcij je i u 2021. godini uspješno nastavio svoje aktivnosti, a u situaciji uzrokovanoj koronavirusom Evropska preduzetnička mreža i informatički alati kojima se koristi i dalje se pokazuje izuzetno efikasnom prilikom pomoći bh. privrednicima, od odgovora na upite i pronalazaka poslovnih partnera, do organizacije online B2B događaja i učešća na njima.

*Jadranka Stany*

# Postati snažniji nakon COVID-19: Nearshoring potencijal zapadnog Balkana

**E**konomije zapadnog Balkana mogle bi da imaju velike koristi od trenda vraćanja proizvodnje multinacionalnih kompanija iz Azije u Evropu, ocjenjuje se u studiji „Potencijal zapadnog Balkana za privlačenje stranih investicija u post-kovid periodu“ koju je realizovao Komorski investicioni forum zapadnog Balkana (KIF ZB6) u saradnji sa Bečkim ekonomskim institutom i uz podršku Projekta komorskog partnerstva za zapadni Balkan.

Da bi se ova šansa iskoristila, potrebna su ulaganja u obrazovanje kvalifikovanog stručnog kadra, razvoj infrastrukture i podsticajnog ekonomskog ambijenta koji će region zapadnog Balkana učiniti konkurentnijim. Kako je istaknuto, treba iskoristiti šansu za privlačenje novih investicija u post-kovid periodu, jer je pandemija COVID-19 doprinijela promjenama u globalnim lancima snabdijevanja i kompanije sve češće traže efikasnije i brže puteve isporuke, bez rizika i dodatnih troškova, geografski pristupačnije lokacije za izmještanje proizvodnje, kao i pouzdane poslovne partnere i dobavljače. Cilj studije je da se predstave prednosti regiona, ali i ukaže na oblasti u koje je potrebno ulagati dodatne resurse kako bi privrede zapadnog Balkana bile što atraktivnije za domaće i strane investitore. Studija je regionalno predstavljena 25. maja 2021. godine u virtuelnom formatu, a cijela studija se može preuzeti na: <https://www.komorabih.ba/prezentacija-studije-potencijal-zapadnog-balkana-za-privlacenje-stranih-investicija-u-post-kovid-periodu/>

**P**andemija COVID-19 unela je haos u globalne lance snabdevanja. Poremećaji izazvani pandemijom naterali su kompanije da razmišljaju o povećanju otpornosti proizvodnje kroz kraće, diverzifikovane lance snabdevanja, geografski bliže lokacije, veću proizvodnju u zemlji i povećanje zaliha.

Ova studija procenjuje pitanja **moгу li privrede zapadnog Balkana iskoristiti potencijalne promene u globalnoj proizvodnji i, ako da, kako se to može postići?**

Odgovor na prvo pitanje nesumnjivo bi bio potvrđan, privrede zapadnog Balkana sigurno mogu imati koristi od mogućih promena u globalnoj proizvodnji u godinama pred nama. Usklađivanje, odnosno premeštanje proizvodnje s lokacija koje su udaljene od sedišta kompanija na one koje su bliže, verovatno će se odigrati u narednim godinama, barem za neke evropske kompanije.

Istraživanje „DIHK Going International 2021“ među 2.400 nemačkih kompanija s poslovanjem u inostranstvu pokazuje da 40% njih ima problema sa lancem snabdevanja, a 68% onih koji su suočeni s problemima razmišlja o promenama. Čak i ako se samo mali deo toga realizuje, to će i dalje biti značajno za male privrede zapadnog Balkana.

**Privrede zapadnog Balkana prirodan su izbor za izmještanje proizvodnje u okolne zemlje - geografski**



Zašto je Vaša kompanija investirala u zapadni Balkan? (više opcija)	
Zbog relativno niskih zarada radnika	22%
Zbog geografske lokacije zemlje	19%
Zbog obrazovane radne snage u zemlji	16%
Zbog potencijala novog tržišta	14%
Zbog relativno niskih poreza	9%
Zbog podsticaja koje država daje	9%
Ostalo	5%
Zbog dobre infrastrukture u zemlji	4%
Zbog dobrih institucija i državnog upravljanja u zemlji (vladavina prava, kontrola korupcije, efikasnost Vlade itd.)	2%

Izvor: istraživanje među nemačkim investitorima u WB6

„Sigurno je da ovo jeste i biće još neko vreme zemlja s niskim troškovima rada, što koristimo kao konkurentsku prednost.“ (BiH)

„Zemlje koje su bliže Nemačkoj imaju tri puta viši nivo zarada u odnosu na zarade ovde, a presušili su i izvori radne snage.“ (Severna Makedonija)

„Ono što me je zaista impresioniralo bili su poštenu i vredni ljudi koji čuvaju svoja radna mesta (...). Zato što su ljudi odani, odgovorni (...).“ (BiH)

„Opšti nivo obrazovanja ukupnog stanovništva u poređenju sa drugim regionima je prilično visok. Lakše je naći kvalifikovanu radnu snagu u poređenju s drugim lokacijama koje smo imali na umu.“ (Srbija)

„Kulturološki, ovo područje je vrlo slično Nemačkoj. (...) Prosto posmatram iskustvo kako se zaposleni iz drugih kultura godinama razvijaju sa nama. (...) I tu smo se složili da su nam ljudi iz bivše Jugoslavije najviše odgovarali.“ (Srbija)

su blizu Nemačke (i zapadne Evrope uopšte), proizvodni troškovi su među najnižima u celoj Evropi. Neke agencije za promociju investicija sa zapadnog Balkana izjavile su, u intervjuima s projektnim timom partnerskih komora, da već primećuju povećano interesovanje stranih kompanija.

Istraživanja i intervjui pokazuju da je većina **nemačkih kompanija** koje su investirale u zapadni Balkan **zadovoljna svojim iskustvom**.

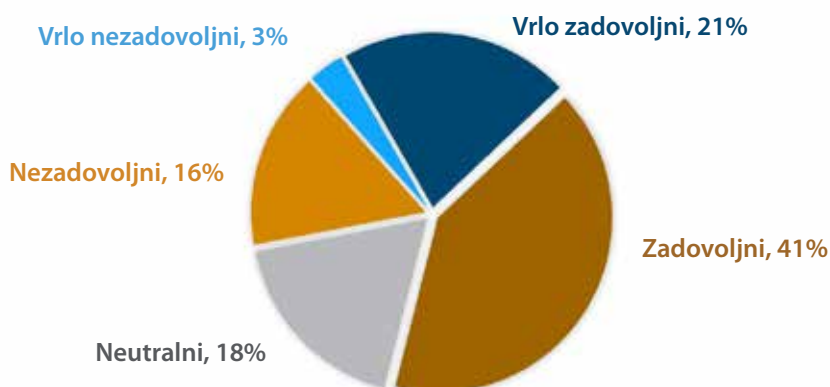
**Glavni razlozi za investiranje u ovaj region** su relativno niske zarade radnika, geografski položaj i obrazovana radna snaga. Intervjui među nemačkim investitorima u WB6 pokazali su da su važni i kulturološka bliskost s Nemačkom, kao i prethodna pozitivna iskustva koja su nemačke kompanije imale sa ljudima iz regiona Balkana.

Međutim, rezultati studije pokazali su da je odluka o ulaganju na zapadnom Balkanu složenija i da se zasniva na kombinaciji relativno niskih plata radnika, dostupnosti obrazovane radne snage i geografske blizine EU.

**Da bi se u potpunosti iskoristili ovi mogući predstojeći događaji**, analiza sugerise da će zapadni Balkan možda morati da promeni narative o svojoj privredi - od destinacije koja investitorima nudi niske troškove u destinaciju koja nudi visok kvalitet.

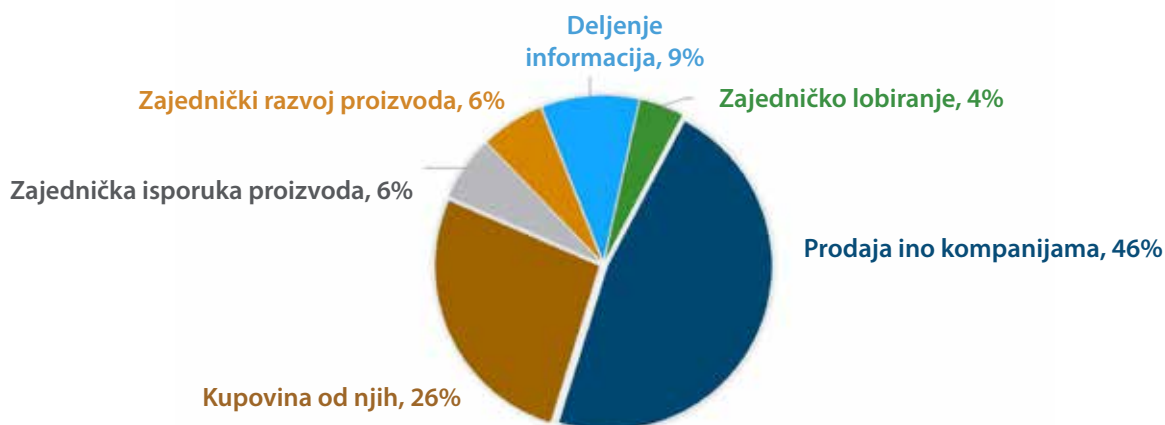
Ankete i intervjuisani investitori vide kao **glavne nedostatke rada na zapadnom Balkanu** loše državno upravljanje, prvenstveno političku nestabilnost. Glavni razlozi za nedo-

Koliko ste zadovoljni opštim iskustvom na zapadnom Balkanu? (rezultati za sve zemlje)



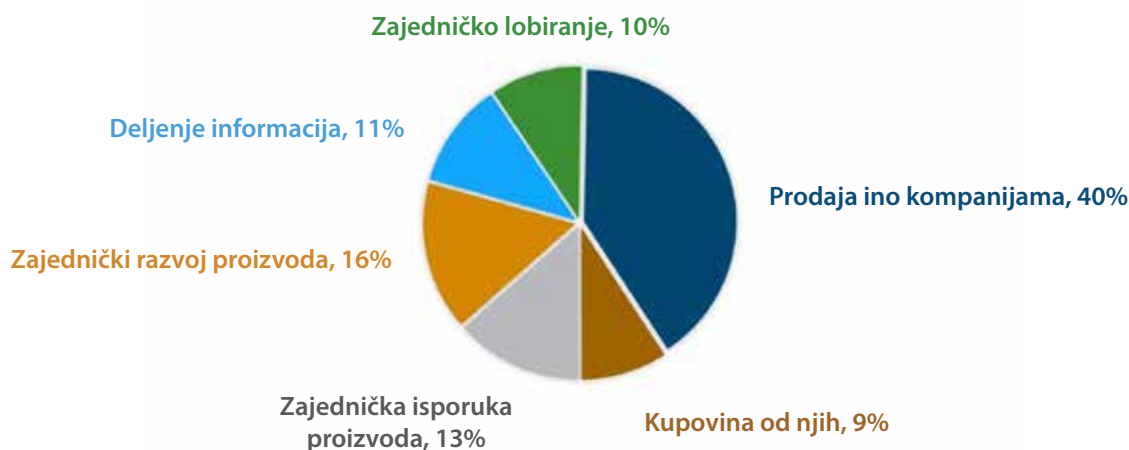
Izvor: istraživanje među nemačkim investitorima u WB6

### Kako Vaša kompanija saraduje s inostranim kompanijama?



Izvor: istraživanje među lokalnim kompanijama na WB

### Na koje načine biste voleli da više saradujete s inostranim kompanijama koje posluju u Vašoj zemlji?



Izvor: istraživanje među lokalnim kompanijama na WB

statak veće saradnje s lokalnim kompanijama je taj što se, prema istraživanju, ne smatra da su u stanju da pruže kvalitet i standarde koji zahtevaju nemačke kompanije.

Tokom poslednjih 15 godina, strategija privlačenja stranih investitora zasnivala se pre svega na niskim troškovima i dostupnosti jeftine radne snage, niskim porezima i izdašnim pogodnostima koje vlada daje stranim investitorima. Umesto da se promovišu kao jeftine destinacije, region bi mogao imati koristi od promocije sebe kao visokokvalitetnih destinacija, unapređivanjem i modernizacijom obrazovnih sistema, infrastrukture i upravljanja i saradnjom između domaćih i stranih kompanija kako bi se obezbedilo pozi-

tivno prelivanje tehnologije.

Korist od izmeštanja proizvodnje iz razvijenih u okolne zemlje ne odnosi se samo na privlačenje većeg broja stranih kompanija već znači i da **strane i domaće kompanije saraduju bliže i intenzivnije**. Saradnja se može odvijati i u drugim formama, poput razmene znanja i informacija, zajedničkog razvoja proizvoda, zajedničkog lobiranja za zajedničke interese itd. Istraživanje lokalnih kompanija je ukazalo da iste preferiraju ovaj oblik mekše saradnje sa stranim kompanijama. Iz tog razloga, vlasti i komore bi mogle imati interesa da posvete posebne napore kako bi olakšale domaćim i stranim kompanijama saradnju na neki od navedenih načina.

Privrede zapadnog Balkana mogu pokušati i da iskoriste više potencijala koji proizlaze iz **regionalne saradnje i integracije** te „zajedničkog regionalnog tržišta“, kada je reč o lokalnim i regionalnim izvorima. Ukoliko ne mogu da pronađu robu ili usluge u jednoj od ekonomija zapadnog Balkana, strani investitori bi tu istu robu ili uslugu mogli naći u drugoj ekonomiji zapadnog Balkana, što bi lanac vrednosti održavao kratkim i na regionalnom nivou.

**WB6 kao region ima mnogo veći potencijal od prostog zbira svojih delova.**

# Partnerstvo komora zapadnog Balkana

## Ukratko

Partnerstvo komora zapadnog Balkana je trogodišnji projekat koji finansira Nemačko savezno ministarstvo za ekonomski razvoj i saradnju. Projekat je započeo u septembru 2019. godine i predstavlja saradnju između Nemačkog udruženja industrijskih i trgovinskih komora i šest nacionalnih komora na zapadnom Balkanu, kao i njihove regionalne krovne organizacije „Chamber Investment Forum“. Cilj mu je podsticanje regionalne saradnje komora WB6, čime se doprinosi uvođenju zajedničkog regionalnog tržišta na zapadnom Balkanu.

## Koji je cilj?

Jake nacionalne privredne komore i njihova bliža regionalna saradnja mogu da unaprede poslovno okruženje. Tu nastupa Partnerstvo komora zapadnog Balkana. Ono podržava privredne i industrijske komore zapadnog Balkana u jačanju njihove mreže. Cilj projekta je, s jedne strane, jačanje organizacionih

kapaciteta partnerskih komora i promocija njihovog dijaloga s političkim akterima kako bi se stvorili bolji ekonomski okvirni uslovi. Drugi fokus je podsticanje saradnje lokalnih privrednih komora kako bi se doprinelo prekograničnom usklađivanju ekonomskih okvirnih uslova i utisku jednog regiona na međunarodnoj sceni. Dugoročno, projekat može pomoći u promociji zajedničkog regionalnog tržišta na zapadnom Balkanu.

## Na kojim aktivnostima projekat radi?

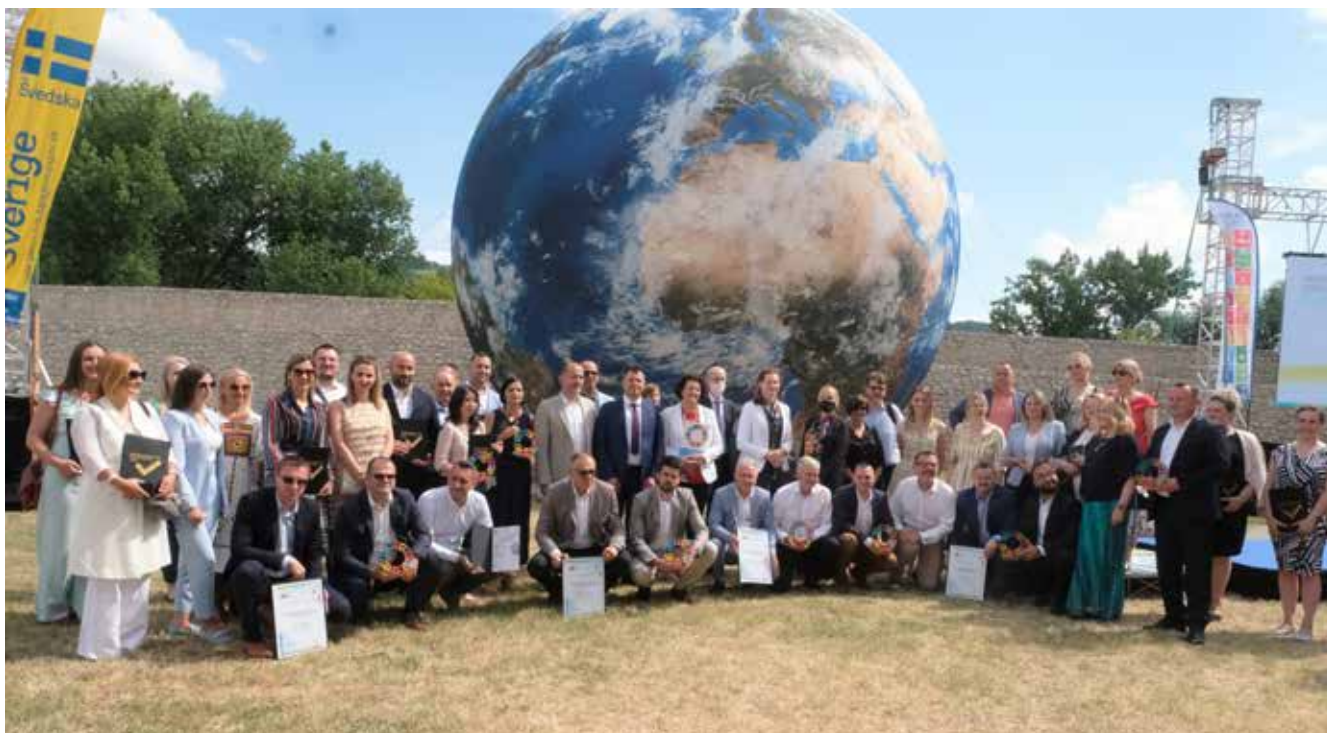
Partneri na projektu zajedno projektuju i organizuju različite aktivnosti. One se kreću od zajedničkog razvoja regionalnih platformi i studija, organizovanja formata regionalne razmene i koordinacije povećanja kapaciteta. Pored toga, projekat organizuje razmenu iskustava s nemačkim i međunarodnim partnerima kroz različite formate kako bi se iskoristile sinergije gde god je to moguće.

Ovo su neke od naših aktivnosti:

- sprovođenje Nearshoring studije koja detaljnije razrađuje potencijale na zapadnom Balkanu nakon krize COVID-19
- podrška komorama u uspostavljanju „Regionalnog centra za ekonomske studije“ koji će delovati kao centar regionalnih ekonomskih podataka za sve komore
- organizacija onlajn B2B preko Evropske preduzetničke mreže u sektoru metalurgije s kompanijama iz jugoistočne Evrope i Nemačke
- podrška stvaranju platforme za digitalni potpis za izdavanje potvrda o poreklu sa svih šest komora zapadnog Balkana
- radionice dizajnerskog razmišljanja za komore kako bi se stvorili koncepti o tome kako odgovoriti na krizu COVID-19
- razvoj i prevod internet stranice Invest in SEE (Uložite u JIE)

Ognjenka Lalović  
Danijela Kovač





# Biznis lideri održivog razvoja u Bosni i Hercegovini za 2021. godinu – inspiracija i primjer za druge

**Dodjela nagrada za biznis lidere održivog razvoja je završni događaj godišnjeg takmičenja za biznis lidere održivog razvoja u Bosni i Hercegovini za 2021. godinu koje ima za cilj da promovira napore privatnog sektora u polju održivog razvoja u BiH**

**N**a prostoru tvrđave Kastel u Banjoj Luci, 1. jula 2021. godine, održana je ceremonija proglašenja treće generacije Biznis lidera održivog razvoja u Bosni i Hercegovini.

Nagrada za biznis lidere održivog razvoja prepoznaje i naglašava napore kompanija iz privatnog sektora koji se odnose na postizanje Ciljeva održivog razvoja u BiH i motivira nove preduzetnike da kreiraju svoje poslovne modele u skladu sa Ciljevima održivog razvoja. Organizira se u okviru projekta „Podrška pripreme za implementaciju

ciljeva održivog razvoja i uključivanje privatnog sektora“ koji provodi UNDP u BiH, a finansira Švedska.

Ove godine zvanični partner nagrade je Vanjskotrgovinska komora BiH, a čast da uruči jednu od nagrada imao je gospodin Ahmet Egrlić, predsjednik Komore.

Metodologija za evaluaciju prijava razvijena je na osnovu metodologije UN Global Compacta i Global Reporting Iniatiative (GRI) i prilagođena je lokalnom kontekstu.

Biznis lideri održivog razvoja u

Bosni i Hercegovini za 2021. godinu odabrani su među 75 preduzeća koja su predala 106 aplikacija. Izborom su dobili priznanje da njihove aktivnosti i strategije doprinose Ciljevima održivog razvoja (SDG) kako na globalnom tako i na nivou Bosne i Hercegovine, ali i zadatak da motiviraju druge da slijede njihov primjer i uvrste SDG-ove u svoje poslovne modele. Dekarbonizacija, inovacija i stvaranje novih kvalitetnih radnih mjesta su njihova zajednička odrednica i ono što ih izdvaja i daje dodatni pečat njihovom poslovanju.

Prvo među jednakim je preduzeće *Dekonta BH*. Svojom globalnom prisutnošću i iskustvom u polju upravljanja opasnim otpadom i dekontaminacijama, kao i u tretmanu otpadnih voda, želi postići svoju viziju i biti i dalje

izvršno, koristiti inovativan pristup i tehnologije za zaštitu okoliša na održiv način. U ovom preduzeću kažu da stalno ulažu u osoblje, osiguravaju im najbolje uslove rada i postupaju prema njima dostojanstveno i s poštovanjem.

„Pružamo usluge koje su održive i okolišno prihvatljive i na taj način promoviramo naš integritet poslovanja. Naši zaposlenici su posvećeni rastu, razvoju naše kompanije i zaštiti okoliša“, naglašavaju u *Dekonti BH*, mikro preduzeću koje je u tematskoj kategoriji „Ljudi“ izabrano kao inspiracija ostalima u načinu stvaranja radnih mjesta.

Upravo zbog njihove posvećenosti prije svega ljudima, kao i načinu na koji doprinose stvaranju novih radnih mjesta i razvoju lanca vrijednosti temeljem saradnje s dionicima, *Ministry of Programming*, preduzeće za softverski dizajn, razvoj i investicije, specijalizirano za rad sa startupima, izabrano je u kategoriji srednjih preduzeća za biznis lidera održivog razvoja u tematskoj kategoriji „Ljudi“. Za samo četiri godine su postali najbrže rastuća IT kompanija u Bosni i Hercegovini i jedina kompanija iz BiH koja je rangirana na listi *Financial Times FT1000*. Vodilja im je ljudska inovacija kao preduslov za digitalnu transformaciju društva i zbog toga stvaraju startupe širom svijeta kako bi podržali razvoj održivih poslovnih ideja.

„Naša životna filozofija i iskustvo koje smo godinama gradili kao programeri upućuju na to da su ljudi najbitniji i da se njima mora posvetiti apsolutno svaka minuta. Ako želimo da gradimo održivu kompaniju, tada više nije ključan samo finansijski aspekt već i briga o našim zaposlenicima, stvaranje kvalitetnih radnih mjesta i okruženja, etičko poslovanje i sve ostalo što je dio našeg poslovnog modela“, poručuju iz *Ministry of Programming*.

*Lanaco*, dobitnik u kategoriji velikih preduzeća, je također IT kompanija koja održivo raste i čiji poslovni model obuhvata ekonomski uspjeh i društvenu odgovornost. Ugodno radno okruženje i stimulativna primanja su ih sigurno svrstali u red najboljih te s ponosom ističu da podstiču zaposlene na stalna usavršavanja, daju priliku mladima i posebnu pažnju posvećuju rodnoj ravnopravnosti.

Da i porodična preduzeća imaju mogućnost da budu prepoznata kao jedan od lidera održivog razvoja u Bosni i Hercegovini svjedoči nam primjer pre-



Ove godine zvanični partner nagrade je Vanjskotrgovinska komora BiH, a čast da uruči jednu od nagrada imao je gospodin Ahmet Egrić, predsjednik Komore.

duzeća *Šumska tajna*. Oni su pravi izbor za sve one koji se žele hraniti zdravo jer daju pečat organskim proizvodima.

„Kontinuirano radimo na uspostavi sopstvenih prerađivačkih kapaciteta uz savremenu i ekološki održivu tehnologiju uzgoja i proizvodnje te primjenu standarda kvalitete u primarnoj organskoj proizvodnji. Organski uzgoj kojim se bavimo zahtijeva izuzetno čist okoliš tako da smo uspjeli da se transformiramo prema cirkularnoj ekonomiji, što smo shvatili kao prirodan izbor jer želimo da na tržište plasiramo certificirano organsko bobičasto voće, najviše kvalitete“, naglašavaju u *Šumskoj tajni*, dobitniku nagrade u tematskoj oblasti „Resursi i okoliš“ iz kategorije mikro preduzeća.

Proizvodnja zdravog voća i povrća uz održivi razvoj u agroproizvodnji i korištenje prirodnih blagodati poput čistog zraka, nezagađene zemlje i vode je premisa poslovnog modela preduzeća *ESOF* koje je izabrano za biznis lidera održivog razvoja u kategoriji srednjih preduzeća.

Briga za zaposlene i održivost posebno u vremenu zdravstvene i ekonomske krize uzrokovane globalnom pandemijom COVID-19 je bila u fokusu djelovanja preduzeća *Coca Cola HBC B-H*. Usmjernost na smanjenje njihovog tehnološkog otiska, recikliranje, smanjenje potrošnje energije i održivo poslovanje su ih i ove godine stavili u red najboljih te su ponijeli nagradu za biznis lidera u tematskoj oblasti „Resursi i okoliš“ u kategoriji velikih preduzeća.

Biznis lider održivog razvoja za 2021. godinu, odnosno ukupni pobjednik ovogodišnjeg takmičenja, a ujedno i

pobjednik u kategoriji malih preduzeća u obje teme, je preduzeće *Smrčak* iz Zvornika.

„Naša kompanija skuplja, uzgaja i distribuira bobičasto i jagodičasto voće, gljive i ljekovito bilje. Nudimo priliku samohranim majkama, mladima i osobama sa fizičkim poteškoćama da dostojanstveno žive od svoga rada u saradnji sa prirodom. Pratimo savremene trendove upravljanja kvalitetom i Ciljeve održivog razvoja kao naš poslovni model. Naša proizvodnja je većinom namijenjena vanjskom, međunarodnom tržištu te upravo poslovanje zasnovano na principima održivog razvoja jeste pravi odgovor na zahtjeve tržišta, posebno jer smo u fazi planiranja uvođenje novih proizvoda čime pravdamo titulu lidera u oblasti u kojoj djelujemo“, poručuju iz ovog preduzeća i dodaju da svi moramo da podizemo svijest o tome kako bismo ostavili ovu našu planetu kao ljepše mjesto za život generacijama koje dolaze.

Prvi put ove godine, Nagrada za biznis lidere održivog razvoja je prepoznala i ulogu lokalne zajednice u kreiranju uslova za razvoj privatnog biznisa. Uzajamna povezanost je naročito bila važna tokom trajanja pandemije COVID-19. Ove godine su podijeljene plakete jedinicama lokalne samouprave koje su, po razvijenoj metodologiji, dale najefektivniju i blagovremenu podršku privatnom sektoru. Plakete su primili načelnici i gradonačelnici Bosanske Krupe, Cazina, Doboja, Novog Sarajeva i Teslića. Nagradu je simbolično uručio gospodin Ahmet Egrić.



# Kreiranje i jačanje zelenih lanaca vrijednosti u Bosni i Hercegovini

Uvažavajući potrebe bh. privrednika, ovaj put povodom inicijative privrednika reciklažne industrije i proizvođača ekološki prihvatljivih izvora energije, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine pokrenula je određene aktivnosti s ciljem unapređenja cirkularne ekonomije i jačanja zelenih lanaca vrijednosti. Potreba intenziviranja svih aktivnosti u navedenoj oblasti dodatno je važna jer je nova trgovinska strategija EU jasna i temelji se na održivosti, klimatski neutralnoj privredi i zelenoj transformaciji.

Svjesna činjenice da će Bosna i Hercegovina svoje ekonomske interese moći braniti samo ako postupi po istim principima, Vanjskotrgovinska komora BiH je organizirala konferenciju koja je okupila sve zainteresirane strane, sa ciljem podizanja svijesti o važnosti uspostavljanja i jačanja zelenih lanaca vrijednosti te cirkularne ekonomije u punom kapacitetu.

Na održanoj konferenciji učesnici su imali priliku čuti predstavnike nadležnih državnih i entitetskih ministarstava i drugih relevantnih institucija o tome šta je uloga i koje su trenutne aktivnosti u oblasti cirkularne ekonomije te kakvi su budući planovi u toj oblasti.

Govornici na konferenciji bili su Vjekoslav Vuković (VTKBiH), ekspert u oblasti cirkularne ekonomije, Mirza Hujić (MVTEOBiH), Jasmina Čengić (DEIBiH), Mirsad Ibrović (FMOIT), Svetlana Topić (MGRRS), Domagoj Šarić (HGK), Senka Bećirović (UNDP) te Marko Pavličević (HEET d. o. o.) i Edin Džanković (Aida commerce

d. o. o.), dok je konferenciju moderirao gđin. Ismar Ćeremida, ekspert za cirkularnu ekonomiju ispred UNDP-a, koji su kao institucija sa više iskustva podržali VTK BIH kroz moderiranje i prezentovanje tekućih projekata, uz nadu da će se pomenuta saradnja nastaviti i ubuduće.

Potpisivanjem Sofijske deklaracije o „Zelenoj agendi“ za Zapadni Balkan, 10. novembra 2020. godine, zemlje regiona obavezale da će provoditi mjere u oblasti sprečavanja klimatskih promjena i zagađenja, razvoja energije, mobilnosti i cirkularne ekonomije, kao i razvoja biodiverziteta, održive poljoprivrede i proizvodnje hrane.

Imajući u vidu da su se ugovorne strane Energetske zajednice - Albanija, BiH, Crna Gora, Kosovo, Sjeverna Makedonija i Srbija - obavezale da će zajedno sa EU raditi na stvaranju klimatski neutralne Evrope do 2050. godine, BiH i njene institucije moraju raditi na pripremi EU Zelenog plana, posebno kada su u pitanju strateški do-

kumenti i zakonski okviri, koji trebaju omogućiti transformaciju ka zelenoj i kružnoj ekonomiji.

U Bosni i Hercegovini nadležna ministarstva za definiranje strateških dokumenata i zakonskih okvira su Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa i Direkcija za ekonomske integracije BiH te Federalno ministarstvo okoliša i turizma i Ministarstvo za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologije RS-a.

Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH je nadležno za definiranje strateškog okvira, utvrđivanje principa i usklađivanje entitetskih planova te za koordinaciju na međunarodnom planu u oblasti zaštite okoliša, korištenja i upravljanja prirodnim resursima. Trenutno je u saradnji sa partnerskim institucijama nižeg nivoa vlasti u pripremi Strategija zaštite okoliša BiH (ESAP 2020-2030+) sa Akcionim planom koju finansira Vlada Kraljevine Švedske. Ova strategija predviđa tzv. participativni pristup, u kojem sve institucije nadležne za oblast okoliša učestvuju u svim aktivnostima. Strategija tretira sedam okolišnih oblasti: voda, otpad, biodiverzitet, klimatske promjene, energija, hemikalije, održivo upravljanje resursima, horizontalno upravljanje okolišem, a uzeti će u obzir i ciljeve održivog razvoja u okviru Agende održivog razvoja 2020-2030.

Ministarstvo trenutno provodi aktivnosti u okviru raznih projekata. Važan element u zaštiti okoliša su svakako i zeleni i plavi koridori i integralno upravljanje okolišem, gdje se u okviru Strategije Jadransko-jonske regije i projekta CAMP-INEP nastoji osigurati nastavak ovih koridora u zemljama zapadnog Balkana.

Razvojna šansa za BiH kada je u pitanju zaštita okoliša jeste u povlačenju sredstava iz raznih programa EU. **Mirza Hujic, pomoćnik ministra za okoliš u MVTEO-u**, vidi u ovoj problematici jedan od najvećih izazova za BiH.

„Najveći izazov jeste opredijeljenost BiH da jednog dana postane članica EU. Tu se suočavamo sa velikim problemima, jer je EK u više navrata na odborima za stabilizaciju i pridruživanje i nadležnom pododboru koji pokriva oblast okoliša istakla da se pred BiH nalaze preduvjeti za korištenje IPA fondova i učešće u IPA projektima. To se, prije svega, odnosi na IPA 2020 i IPA III.

Prvi preduvjet odnosi se na plan praćenja implementacije EAN strategije (Strategija aproksimacije sa pravnom stečevinom EU) i još uvijek nemamo plan njenog praćenja niti znamo koja nadležna institucija preuzima neke propise, kojim instrumentima to radi i kako planira to činiti u narednom periodu. Drugi preduvjet se odnosi na odluku, odnosno propis koji će definirati izbor i način rada Focal pointa za BiH pred okolišnim konvencijama i organizacijama. Treći preduvjet odnosi se na sistem monitoringa izvještavanja o okolišnim pokazateljima“, pojasnio je Hujic i dodao da je MVTEO uz pomoć projekata i međunarodnih organizacija pripremio određena rješenja za tri preduvjeta, ali nema saglasnost da napravi taj iskorak.

„To će nas najviše boljeti jer će u BiH biti doveden u pitanje pristup IPA 2020 i IPA III. Stvar postaje mnogo složenija ako pogledamo način funkcioniranja IPA III koja će biti zasnovana na principu konkurentnosti, gdje su zemlje iz okruženja mnogo spremnije za tu utakmicu nego institucije u BiH“, kazao je Hujic.

Strateški dokumenti koji ukazuju na pravac kojim zemlje zapadnog Balkana trebaju ići su (kada je riječ o zaštiti okoline i borbe protiv klimatskih promjena) Zelena agenda i ekonomski investicijski plan za zapadni Balkan. S tim u vezi, postoji pet stubova u okviru kojih su identificirane inicijative za daljnje akcije:

1. Klimatske akcije i aktivnosti koje su usmjerene ka dekarbonizaciji društva, upotrebi čiste energije, pametna i održiva mobilnost
2. Cirkularna ekonomija
3. Zaštita biodiverziteta s ciljem očuvanja prirodnih resursa
4. Borba protiv zagađenja zraka, vode i tla
5. Akcije koje trebaju doprinijeti održivim prehrambenih sistemima u ruralnim područjima

U okviru 2. stuba koji se odnosi na cirkularnu ekonomiju inicijative kojima bi se pružila podrška se odnose na akcije u vezi sa održivom proizvodnjom sirovina, integriranjem regije u industrijske lance nabavke EU, posebno sa stanovišta obnovljive energije tekstila, turizma, digitalizacije i onih industrija koje se zasnivaju na intenzivnoj upotrebi resursa kao što su transport, automobilska industrija i sl.

S druge strane, potrebno je potaknu-

ti svijest građana o proizvodnji otpada, odvojenom prikupljanju i održivoj potrošnji. Podržale bi se i inicijative koje uključuju pripremu raznih strategija i programa koji se odnose na cirkularnu ekonomiju i upravljanje otpadom, recikliranje, ali i provedba prevencije otpada, ponovne upotrebe otpada i popravak proizvoda.

Direkcija za evropske integracije koordinira EU integracije u BiH. **Jasmina Čengić iz Sektora za program pomoći za pristupanje EU DEI-a** ističe da je trenutno u toku uključivanje prioriteta BiH u programiranje novog ciklusa pretpristupne pomoći IPA III.

„U okviru IPA 2020 uz učešće sektorskih institucija pripremljen je projekat koji u sebi, pored ostalih rezultata, ima i rezultat koji se odnosi na cirkularnu ekonomiju. To je projekat vrijedan 17 miliona eura koji pored cirkularne ekonomije ima i komponente i rezultate koji se odnose na izvještavanje prema međunarodnim subjektima, na dio koji se odnosi na upravljanje vodama i dio koji se tiče podrške sistemu civilne zaštite.

Što se tiče cirkularne ekonomije, predviđen je rezultat kojim bi se poboljšala obnova otpada kroz odvojeno prikupljanje i ponovnu upotrebu i recikliranje. Vrijednost te komponente je 2,9 miliona eura. Ova komponenta se sastoji iz 3 dijela: razvoj regulatornog okvira, procjena potencijala na tržištu za primjenu principa cirkularne ekonomije u upravljanju specijalnim kategorijama otpada i podrška razvoju politika koje će biti sklone cirkularnoj ekonomiji i promoviranju ponovnog recikliranja i korištenja otpada“, kazala je Čengić.

Entitetska ministarstva u oblasti okoliša rade prvenstveno na harmonizaciji zakonskih i podzakonskih akata između entiteta, ali i sa EU, donošenjem niza zakona i pratećih zakonskih akata kojima se uređuje zaštita okoliša.

**Mirsad Ibrović, pomoćnik ministra u Federalnom ministarstvu za turizam i okoliš**, je kazao da je u FBiH ostvaren značajan napredak na harmonizaciji zakonodavstva sa EU donošenjem niza zakona i pratećih zakonskih akata kojom se uređuje zaštita okoliša.

„U februaru je usvojen i objavljen novi Zakon o zaštiti okoliša. Međutim, i pored uloženog ogromnog napora, preuzimanje zakonodavstva EU još uvijek

nije u potpunosti završeno, odnosno nedostaje određen broj podzakonskih akata koje treba prioritarno donijeti a koji se odnose na posebne vrste otpada, kao što su: stara vozila, stare gume, otpadno ulje, otpadne baterije i akumulatori, otpad koji sadrži PCB, otpad koji sadrži TiO<sub>2</sub> (Pravilnik o upravljanju otpadom koji sadrži titan-dioksid je objavljen u martu 2021. godine). Podzakonski akti koji se odnose na već spomenute kategorije otpada će se donijeti ove godine i već su usaglašeni sa Republikom Srpskom, ali će njihova primjena teći tek početkom 2022. godine“, rekao je Ibrović.

**Svetlana Topić, viši stručni saradnik za poslove upravljanja otpadom u Ministarstvu za prostorno uređenje, građevinarstvo i zaštitu okoliša,** istakla je da u RS-u postoji Strategija upravljanja otpadom za period 2017-2026. godine koja je bila usmjerena na regionalizaciju RS-a radi lakšeg upravljanja otpadom (u 7 regija).

„Uspostavljen je regionalni sistem za Banju Luku, Bijeljenu i Zvornik. U skladu sa Zakonom o upravljanju otpadom („Službeni glasnik Republike Srpske“, br. 111/13, 106/15, 16/18 I 70/20) za regije Prijedor i Doboj uspostavlja se regionalni pristup organiziranog upravljanja otpadom kroz program mjera sa dinamikom prilagođavanja. U RS-u postoji jedan operater za ambalažu i ambalažni otpad koji razvija sistem odvojenog prikupljanja ambalažnog otpada putem podizvođača, kroz nabavku infrastrukture za sakupljanje, skladištenje, transport i fizički tretman ambalažnog otpada. Također, operater je u obavezi da širi javnu svijest građana kroz javne kampanje, promocije i slično“, kazala je Topić.

Prilike za napredak predstavnici nadležnih institucija u BiH vide u obezbjeđenju većih sredstava za razvoj ove oblasti i usklađivanju i harmonizaciji zakonske regulative u BiH.

„Budući da BiH nema finansijske mogućnosti da samostalno finansira ove aktivnosti, mi smo, ustvari, ovisni o međunarodnim finansijskim institucijama i agencijama koje pružaju tehničku pomoć kako bismo na što efikasniji način tu pomoć apsorbovali. Ono što možemo uraditi jeste da ispunimo sve postavljene preduvjete jer ukoliko BiH ne bude ispunjavala svoje obaveze, možemo očekivati samo simboličnu pomoć a ne razvojnu šansu kako bismo se

uključili u moderne tokove i postali dio priče o cirkularnoj ekonomiji“, kazao je Hujčić.

**Mirsad Ibrović** je mišljenja da je najbolja pomoć privredi kada se zakon-  
ski uredi oblast upravljanja otpadom.

„Kada je u pitanju izgradnja infrastrukture za upravljanje otpadom, radi se o veoma skupim projektima, to smo se svi složili, koji se neće moći realizirati bez finansijske pomoći međunarodnih kreditora ili predpristupnih fondova EU. Da bi se koristila ova sredstva posebnu pažnju treba posvetiti stepenu pripremljenosti projekta (pripremljenost stručne i tehničke dokumentacije, postojeće dozvole, stepen spremnosti za početak radova, mjerljivi efekti koji se predloženim projektima postižu i stepen sufinansiranja itd.). Jako se malo pažnje posvećuje pripremi projekata i investiciono-tehničke dokumentacije, jer kada neki projekat ima osiguranu investiciono-tehničku dokumentaciju lakše je naći kreditora i donatora. Mnogo je projekata zbog toga propalo, zbog nepripremljenosti projekata, odnosno nemogućnosti ishodovanja potrebnih dozvola za realizaciju samih projekata“, kazao je Ibrović.

Prilike za napredak u BiH, prema mišljenju **Svetlane Topić**, jesu u maksimalnom iskorištavanju sekundarnih sirovina u cilju smanjenja odlaganja

## Cirkularna ekonomija

Pojam cirkularna ekonomija predstavlja regenerativni ekonomski sistem u okviru kojeg se proizvodni resursi, otpad, emisija otpada i energetska odliv bitno umanjuju usporavanjem, zaokruživanjem i produžavanjem energetske i materijalne ciklusa (životnih krugova) u proizvodnji. To se ostvaruje prije svega osmišljavanjem i stvaranjem proizvoda na takav način da im se maksimalno produži životni vijek, ali i održavanjem, servisiranjem i reciklažom.

Model cirkularne ekonomije u potpunosti je suprotan u odnosu na trenutno dominantnu linearnu ekonomiju koja promovira koncept proizvodnje “uzmi (iz prirode), napravi (u procesu proizvodnje), iskoristi, odbaci (na otpad)“.

otpada i korištenja neobnovljivih izvora energije, ulaganje u infrastrukturu za razdvajanje otpadom za reciklažu i ponovno korištenje i velika ulaganja u edukaciju, odnosno kampanje za jačanje i podizanje svijesti potrošača o prevenciji otpada i razdvajanju na mjestu nastanka.

U Direkciji za evropske integracije smatraju da je potrebno raditi na koordiniranom harmoniziranom pristupu i usklađivanju sa EU aquiem.

„Fokusirat ću se na analitički izvještaj EK koji i kod pripreme projektnih prijedloga treba uzeti u obzir, bez obzira o kojem sektoru je riječ. Potrebno je raditi na usklađivanju sa direktivama o deponijama, posebno imajući u vidu potrebu da se usvoji odgovarajući plan za provedbu direktive o deponijama i da se krene sa zatvaranjem divljih deponija i obnavljanjem onih deponija koje nisu u skladu sa propisima. Također je važno poduzimati aktivnosti na svim nivoima kako bi se smanjila proizvodnja otpada i promovirala ponovna upotreba i recikliranje“, kazala je Čengić.

Unatoč brojnim preprekama, postoje i uspješne priče iz BiH i susjedne Hrvatske. Hrvatska je uradila mnogo po pitanju zelene ekonomije i kružnih lanaca vrijednosti.

**Domagoj Šarić** iz Hrvatske gospodarske komore ističe da se trenutno događa nekoliko trendova koji remete lance vrijednosti.

„Svjedočimo kako se lanci vrijednosti skraćuju, kako je samoodrživost postala puno značajniji koncept ekonomskog razvoja. Vidimo da je u ovom kontekstu okolišna politika, odnosno klimatske promjene uzele važnu ulogu u oblikovanju današnjih politika i geopolitika, odnosno ograničenja pri međunarodnoj trgovini promijenili su način na koji se lanci vrijednosti odvijaju (tzv. Reshoring ili vraćanje proizvodnih kapaciteta bliže izvornim tržištima). To je, naprimjer, kod nas vrlo važno i naše zemlje bi trebale iskoristiti taj potencijal na pametan i mudar način. Svakako je i koronavirus jedan novi ograničavajući faktor i poremećaj u globalnim lancima vrijednosti“, rekao je Šarić.

U saradnji sa Fondom za zaštitu okoliša, UNDP implementira novi alat pod nazivom Informativni sistem upravljanja otpadom. U okviru projekta Urbanlead s fokusom na kreiranje okruženja za implementaciju i prepoznavanje sveobuhvatnog koncepta koji nosi



naziv niskokarbonski urbani razvoj, tiče se dakle i cirkularne ekonomije u BiH, koji se implementira sa ključnim partnerima: MVTEOBiH, Ministarstvo za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologiju RS, Federalno ministarstvo okoliša i turizma i entitetskim fondovima nadležnim za zaštitu životne sredine, je u proteklog godini finalizirao Informativni sistem upravljanja otpadom.

Cilj Informativnog sistema je kreiranje jedne web platforme koja će omogućiti i vođenje podataka, odnosno upravljanje informacijama. Fond je trenutno u fazi registracije budućih korisnika Informativnog sistema. Ciljevi sistema su mnogostruki. Recimo, pojednostavljeno dostavljanje izvještaja i dostupnost svih podataka sa bilo koje lokacije i uređaja, što u prethodnom načinu nije slučaj. Također, omogućena je komunikacija između nadležnih tijela i obveznika izvještavanja, kao i pristup podacima u zavisnosti od nadležnosti institucije koja će biti korisnik Informativnog sistema.

Grupe obveznika izvještavanja i korisnici informativnih sistema obuhvataju sve nivoe vlasti u BiH i, u zavisnosti od njihovih nadležnosti i interesa, njima će biti dostupne različite vrste informacija.

Dijele se na:

1. subjekte koji se bave bilo kojom aktivnošću upravljanja otpadom;
2. subjekte koji u svom proizvodnom procesu generiraju određenu vrstu otpada ili nus proizvoda kojeg više ne mogu koristiti;
3. subjekte koji se bave uvozom proizvodnjom, distribucijom i plasmanom proizvoda koji poslije upotrebe postaju posebne kategorije otpada.

U 2021. planiraju se aktivnosti na Informativnom sistemu upravljanja otpadom u RS-u. Čekalo se na usvajanje amandmana na Zakon o upravljanju otpadom u RS-u i zbog toga se malo kasnilo. U smislu arhitekture i izgradnje informativnog sistema, nastojat će se postići komplementarnost između ova dva sistema kao u FBiH.

Kako su istaknuli iz Fonda za zaštitu okoliša, ovaj informativni sistem je izuzetno značajan jer će se centralizirano prikupljati podaci.

„Moram reći da je odziv i korisnika i obveznika izvještavanja jako dobar. Fond smatra da je privatni sektor u oblasti cirkularne ekonomije ključni za uspostavu i funkcioniranje cirkularne ekonomije. Upravo zato je Fond za zaštitu okoliša prije nekoliko godina

oformio Revolving fond putem kojeg su reciklери mogli povući beskamatna sredstva. Bilo je i nekih grant sredstava, međutim njih trenutno nema zbog nedostatka interesa“, kazala je **Elma Hadžić iz Fonda**.

Tokom konferencije predstavnici privatnog sektora su istakli da je potrebno saradnju između institucija i kompanija koje se bave upravljanjem otpada podići na viši nivo, imajući u vidu da je jedan od problema trenutno i loše razumijevanje između reciklera i zakonodavca. Najviše prigovora iskazali su na nedostatak poticaja i smatraju da ih je potrebno povećati u budućnosti.

**Edin Džanković**, predstavnik kompanije Aide Commerce, smatra da je zapravo novac glavni „alat“ za postizanje većeg postotka reciklaže.

„Neko je pitao za nove alate i tehnike kako bi se postigao veći postotak reciklaže. To je zapravo novac, jer su ljudi došli u situaciju da recikliraju da prežive. U slučaju da operateri ili fondovi daju novac za reciklažu u smislu otkupa, stanovništvo gradova bi imalo motiv da sakuplja i reciklira otpad (papir, karton, najlon, pet ambalažu, otpadno željezo itd.) i time bi se procenat recikliranja povećao, po mom mišljenju, za najmanje 50%. Ako bi jedna porodica slabijeg imovinskog stanja dobila mogućnost da dobiva novac prikupljajući sekundarne sirovine po rijekama i slično, imala bi šansu da normalno živi. Hipotetički, ako je na današnji dan tona kartona između 100 do 150 KM a porodica prikupi tonu kartona, tonu željeza, tonu PET-a, imala bi mogućnost da preživi i to je jedan ekonomski socijalni i održivi aspekt. Ta snaga ljudi kojih je po nekom našem saznanju do 10.000 hiljada u Sarajevu će očistiti grad Sarajevo i bilo koju regiju radi novca. Većim ulaganjem u reciklažu procenat recikliranja bi se povećao“, kazao je Džanković.

Predstavnik Cibosa **Vedad Karamehmedović** smatra da BiH treba više ulagati u „čišćenje“ i pri tome koristiti infrastrukturu domaćih kompanija. Nažalost, ističe da ulaganja u infrastrukturu nisu praćena adekvatnom pažnjom nadležnih institucija.

„Naveli smo primjere i Aida commerce i Cibosa koji su imali dosta ulaganja, ali to nije praćeno pažnjom ni stimulacijom bilo koje institucije. Imali smo želju očistiti Sarajevo od guma i krpa, riješiti Preventov problem

## Zelena agenda

Potpisivanjem Sofijske deklaracije o „Zelenoj agendi“ za Zapadni Balkan, 10. novembra 2020. godine, zemlje regiona obavezale su se da će provoditi mjere u oblasti sprečavanja klimatskih promjena i zagađenja, razvoja energije, mobilnosti i cirkularne ekonomije kao i razvoja biodiverziteta, održive poljoprivrede i proizvodnje hrane.

Prvi konkretni koraci će biti podsticanje takse na emisiju ugljen-dioksida, razvoj tržišnih modela za podsticanje korištenja obnovljivih izvora energije, kao i postupno ukidanje subvencija za uglj.

Ugovorne strane Energetske zajednice - Albanija, BiH, Crna Gora, Kosovo, Sjeverna Makedonija i Srbija - obavezale su se da će sa EU raditi na stvaranju klimatski neutralne Evrope do 2050. godine.

Neke od mjera koje će se primjenjivati su usklađivanje sa zakonom EU čiji je cilj klimatski neutralna Evropa do 2050. godine, definiranje energetske i klimatske ciljeve do 2030. u skladu sa pravnim okvirom Energetske zajednice i pravnom tekovinom EU, kao i razvoj i primjena nacionalnih energetske i klimatske planova sa jasnim mjerama za smanjenje emisija gasova sa efektom staklene bašte. Nastavit će se usklađivanje sa sistemom za trgovanje emisijama EU (EU ETS), kao i uvođenje drugih modela za oporezivanje emisija kako bi se promovirala dekarbonizacija u regionu.

Koraci ka primjeni „Zelene agende“ uključuju i saradnju u pripremi procjene socio-ekonomskog uticaja dekarbonizacije na svaku zemlju i na nivou regiona u cilju pravedne tranzicije, razvoj energetske efikasnosti i njeno poboljšanje u svim sektorima, kao i povećanje udjela obnovljivih izvora energije i obezbjeđivanje neophodnih uslova za investiranje.

## Zaključci konferencije „Kreiranje i jačanje zelenih lanaca vrijednosti u Bosni i Hercegovini“

- U skladu sa Analitičkim izvještajem Evropske komisije, očekuje se da BiH nastavi sa ispunjavanjem mjera iz Izvještaja u vezi sa: koordiniranim i harmoniziranim cjelodržavnim pristupom u postupanju sa otpadom i u zakonodavnom okviru i u strateškom pristupu; usklađenosti sa EU *acquisem* (npr. elektronski i električni otpad, otpadne gume, otpadna ulja); Direktivom o depozitima i planom njene provedbe; podizanjem svijesti javnosti kako bi se smanjila proizvodnja otpada i promovirala ponovna upotreba i recikliranje
- Usklađivanje međuentitetske legislative i sinhronizirano donošenje podzakonskih akata (Pravilnika o upravljanju posebnih kategorija otpada: gume, otpadna ulja, akumulatori i elektronski i električni otpad) u oba entiteta
- Ne postoje uvjeti da BiH koristi IPA III, ali je potrebno prilikom pripreme projektnih prijedloga (u saradnji sa relevantnim sektorskim institucijama u BiH) voditi računa o relevantnosti (usklađenost sa cjelodržavnim strateškim dokumentima zemlje korisnice IPA III, Analitičkim izvještajem Evropske komisije i dokumentima iz paketa proširenja) i zrelosti projektnih prijedloga (da li postoje: institucionalni okvir sa identificiranim institucijama; pravni okvir za provođenje akcije; potrebne pripreme studije; kapaciteti osoblja za implementaciju projekta, kao i korisničke institucije sa tehničkim znanjem), s ciljem konačnog dostavljanja projektnih prijedloga Evropskoj komisiji na dalje odlučivanje i finansiranje
- Intenzivnije uključivanje jedinica lokalne samouprave (općina)
- Poboljšanje komunikacije nadležnih institucija sa privatnim sektorom, tj. reciklažnom industrijom koja ima neiskorištene kapacitete i koje je neophodno što prije angažirati u svrhu jačanja ekonomije, zaposlenosti i čistog okoliša
- Inteziviranje procesa dekarbonizacije industrije kroz podršku uvođenju novih čistih proizvodnih tehnologija
- Redukovanje administrativne procedura za obnovljive izvore energije
- Dizanje svijesti o reciklaži, cirkularnoj ekonomiji i zelenim lancima vrijednosti – PROMOCIJA i EDUKACIJA
- Kroz komorski sistem, promoviranje i uvezivanje BiH sa regionalnim zelenim lancima vrijednosti
- Iniciranje specifičnih, konkretnih projekata u oblasti cirkularne ekonomije i započinjanje realizacije neovisno o potrebnim izmjenama regulatornog okvira



za otpadne materijale tako što bismo stvorili alternativno gorivo. Uložili smo preko pola miliona KM u postrojenja i sakupili preko 10.000 t guma u BiH koje su sada na našim lagerima. Naša zamisao nije pokrivala troškove rada za skupljanje, pripremu i odvoz alternativnog goriva u cementare. Prije 3 godine su se pojavili trgovci koji su uspjeli dogovoriti sa cementarima uvoz alternativnih goriva iz Italije, jer Italija stimulira svoju privredu zbrinjavanjem alternativnog goriva po cijeni od 300 KM po toni. Dakle, taj trgovac ima računicu da iz Italije doveze otpad, ovdje ga deponuje, odveze cementari, plati cementari zbrinjavanje i čak zaradi! Naša država je dozvolila čišćenje italijanskog otpada umjesto da riješi problem otpada u našoj zemlji“, kazao je Karamehmedović.

Predstavnik kompanije Heet iz Prozor-Rame je sve prisutne upoznao sa aktivnostima relativno mlade, ali uspješne kompanije koja je u svom poslovanju na lokalitetu Proslapske planine uspješno uvezala 4 oblasti: energiju (proizvodnja energije iz obnovljivih izvora vjetra i sunca), hranu (proizvodnja eko hrane), ekologiju (projekti zbrinjavanja otpada) i turizam (razvoj novih oblika turizma uz uključivanje lokalnog stanovništva).

Svi učesnici konferencije su istakli da je ključna komunikacija svih zainteresiranih strana. To posebno podrazumijeva privatnike čije ideje i prijedlozi često nisu bili uvažavani, jer je privatni sektor mnogo efikasniji i brži u identifikaciji određenih problema.

**Jasmina Čengić iz DEI-a** je istakla važnost privatnog sektora i potrebu za saradnjom sa privatnim sektorom, potrošačima i civilnim društvom.

Vanjskotrgovinska komora BiH, kao asocijacija privrednika sa teritorije cijele BiH, mišljenja je da je, unatoč sporj realizaciji svih strateških ciljeva i principa, što je i prihvaćeno opredjeljenjem BiH da postane članica EU, privatni sektor mnogo brži i efikasniji.

„Privatni sektor nije samo pronašao određene probleme u ovom sustavu nego je i ponudio rješenja. Ona su pretočena u već kupljene strojeve koje oni praktično mogu koristiti. Na nama je da li ćemo tim ljudima dopustiti da rade svoj posao, da povećaju vrijednost u smislu zapošljavanja i ekološke osviještenosti. Nije više pitanje evropskih strategija, mi smo se za to opredijelili. Nije stvar EU hoće li BiH biti čista ili prljava. Naš je interes da netko napravi biznis, višak vrijednosti, plaća porez i zapošljava radnu snagu u BiH. Mi moramo napraviti spoj interesa, a privatni sektor je mnogo brži od javne uprave koja mora proći niz administrativnih situacija da bi donijela jednu odluku, da ne kažem našla finansijska sredstva. Ova finansijska sredstva se nalaze u državi BiH i ne trebamo ići okolo prositi. Nove tehnologije mnogo koštaju, ali to je vlastita inicijativa privatnika, to im nitko nije poklonio niti im je našao sredstva za nabavu. Mi njima trebamo omogućiti da rade svoj posao kvalitetno. Trenutačno ovim ljudima treba osigurati da primijene postojeće tehnologije u postojećim okvirima unutar BiH“, kazao je **Vjekoslav Vuković, potpredsjednik VTKBiH.**

# Doprinos međunarodne trgovine i lanaca opskrbe održivoj društveno-ekonomskoj obnovi u vrijeme pandemije

**Ž**ivimo u intenzivno povezanom svijetu. Pandemija koronavirusa (COVID-19) dovela je svijet u situaciju bez presedana, uzrokovala ljudsku nevolju i ekonomski pad.

Prije krize, pomorski promet hrane, energije i sirovina, kao i industrijske robe i komponenti, iznosio je više od 108,9 bilijuna t/km godišnje. Obuhvaćao je više od 80% globalne trgovine po volumenu i 60-70% globalne trgovine po vrijednosti, a za to je zaslužno 2 milijuna pomoraca koji rade na svjetskim trgovačkim brodovima.

Zračnim prijevozom putovalo je oko 4,5 milijardi putnika i prevezeno je 223 milijarde t/km u 2019. godini. Zračni prijevoz obuhvaća 35% vrijednosti robe otpremljene u svim oblicima prijevoza zajedno. Ukupan broj licenciranih zrakoplovnih profesionalaca, koji uključuju pilote, kontrolore zračnog prometa i licencirane tehničare za održavanje, bio je 887.000 u 2019. godini.

Cestovni i željeznički prijevoz te unutarnja plovidba pružaju vitalne veze za unutarregionalnu trgovinu u svim regijama svijeta. U paneuropskoj regiji se prevezlo 6,15 bilijuna t/km cestom, 6,09 bilijuna t/km željeznicom i 654 milijarde t/km unutarnjim plovnim putovima.

Međutim, kako je pokazao rani odgovor na suzbijanje širenja pandemije COVID-19, u zemljama koje su primjenjivale ograničavanje putovanja i zatvaranje granica pandemija je negativno utjecala na ovaj intenzivno povezani svijet. Negativni utjecaj se odrazio na sve vidove transporta, što je dovelo do poremećaja u opskrbnim lancima i trgovinskim tokovima. Kao rezultat toga, isporuka i dostupnost osnovnih proizvoda kao što su hrana ili lijekovi postali su uobičajeni i svakodnevni izazov. Preliminarni podaci i prognoze ukazuju na ozbiljne utjecaje na gospodarstva širom svijeta.

S obzirom na preliminarnu podatke i

dosad naučene lekcije o pandemiji, a u cilju društveno-ekonomskog oporavka, otpornosti i održivosti, lanci opskrbe zahtijevaju učinkovitiju koordinaciju i suradnju između vrsta prijevoza i preko granica.

U ovoj situaciji bez presedana, kada se fizički kontakti ne preporučuju, automatizacija i dematerijalizacija ključni su čimbenici koji omogućuju trgovinu i olakšavanje prijevoza kroz digitalizaciju trgovinskih i carinskih postupaka,



Siguran i učinkovit intermodalni transportni sustav olakšava se upotrebom instrumenata Ujedinjenih naroda, poput TIR konvencije i njenog međunarodnog sustava eTIR, CMR konvencije i njenog protokola eCMR te automatiziranog sustava za carinske podatke (ASYCUDA). Ovi instrumenti omogućuju premještanje tereta preko granica bez potrebe za fizičkim provjerama i smanjenim kontaktima između ljudi.

koristeći globalne standarde kako bi se osigurala brza i sigurna razmjena podataka i informacija u vezi s teretom i prijevoznim sredstvima.

Međunarodna suradnja, koordinacija i solidarnost među svima su ključni za prevladavanje globalnog izazova koji predstavlja pandemija i njezini dugoročni učinci.

*Kristina Čosić*



# ALTERNATIVNA PRIMJENJIVA PRAVILA PORIJEKLA ROBE

**Koristi i olakšice primjene alternativnih primjenjivih pravila  
porijekla robe za bosanskohercegovačke izvoznike**

**Bosna i Hercegovina je započela interne procedure kako bi na vrijeme obezbijedila bh. privrednicima primjenu pojednostavljenih pravila o porijeklu robe od septembra 2021. godine**

Pravila porijekla su pravila koja omogućavaju da odredimo državu porijekla robe u međunarodnoj trgovini. Značaj porijekla robe proizilazi iz činjenice da carinska administracija na osnovu porijekla primjenjuje ili ne primjenjuje određene carine i ograničenja na tu robu.

Porijeklo robe je važna alatka u olakšavanju trgovine.

Opštenito, pravila porijekla robe možemo podijeliti na:

- nepreferencijalna pravila porijekla i
- preferencijalna pravila porijekla, slijedom čega i roba stiče nepreferencijalno ili preferencijalno porijeklo.

Nepreferencijalna pravila porijekla uključuju sva pravila o porijeklu koja se koriste u nepreferencijalnim instrumentima komercijalne politike, poput onih u primjeni: tretmana najpovlaštenije nacije, antidampinskih i kompenzacijskih carina; zaštitnih mjera prema članu XIX GATT-a 1994; zahtjeva za označavanje porijekla prema članu IX GATT-a 1994; javnih nabavki i trgovinskih statistika.

Pravila o preferencijalnom porijeklu koja robu u carinskom postupku obezbjeđuju povoljniji tretman (snižena stopa carine ili je carina ukinuta) utvrđuju se međunarodnim ugovorima i konvencijama (npr. Regionalna konvencija o pan-euro-mediteranskim preferencijalnim pravilima o porijeklu robe), jednostranim preferencijalima - opšti sistem povlastica (eng. Generalized System of Preferences - GSP).

Regionalna konvencija o pan-euro-mediteranskim preferencijalnim pravilima o porijeklu robe (PEM konvencija) predstavlja jedinstveni pravni

instrument kojim se definišu pravila o porijeklu robe na koji se mogu pozivati pojedinačni sporazumi o slobodnoj trgovini koji se primjenjuju između ugovornih strana PEM-a. Ovim se obezbjeđuje primjena identičnih pravila o porijeklu u svrhu kumulacije porijekla za robu kojom se trguje između svih ugovornih strana PEM-a. PEM sistem kumulacije porijekla je sastavljen od mreže sporazuma o slobodnoj trgovini kojima se predviđaju identična pravila o porijeklu robe, čime se omogućava dijagonalna kumulacija.

Cilj PEM konvencije je prevazići poteškoće u upravljanju postojećom mrežom bilateralnih protokola za pravila o porijeklu među zemljama i teritorijama pan-euro-mediteranske zone, čime se postojeći bilateralni sistemi za pravila o porijeklu prenose u jedan multilateralni okvir. Jedinstvena konvencija omogućava primjenu identičnih pravila o porijeklu u svrhu kumulacije porijekla za robu kojom se trguje između svih ugovornih strana PEM-a.

Kao što je to navedeno i u preambuli PEM konvencije da će se pravila o porijeklu trebati izmijeniti i dopuniti kako bi bolje odgovarala ekonomskoj realnosti, revizija PEM konvencije je započela 2013. godine.

Nakon završetka revizije, a u skladu s odredbama PEM konvencije, Zajednički odbor PEM-a je 27. 11. 2019. godine, na svom 9. sastanku, trebao donijeti odluku o izmjeni PEM konvencije, odnosno usvojiti revidiranu Konvenciju. Međutim, do toga nije došlo jer se nije uspio postići konsenzus ugovornih strana. Stoga je dogovoreno da one ugovorne strane koje izraze interes počnu primjenu novih pravila na bilateralnoj i prelaznoj osnovi do donošenja revidirane Konvencije, na način da revidiranu Konvenciju uvedu u svoje bilateralne ugovore o slobodnoj trgovini, kao alternativna pravila.

## **RAZLOZI ZA PRIMJENU ALTERNATIVNIH PRAVILA**

Alternativna pravila su namijenjena da ih privremeno primjenjuju ugovorne strane PEM-a, na opcionalnoj i bilateralnoj osnovi, do stupanja na snagu revidirane Konvencije. Primjenjivat će se na trgovinu između ugovornih strana PEM-a koje tako odluče. U skladu s tim, pravila neće biti obavezna, već će ih privredni subjekti dobrovoljno primjenjivati. Svrha im nije izmjena PEM konvencije, koja će se i dalje u cijelosti primjenjivati između ugovornih strana PEM-a. Dakle, alternativna pravila neće mijenjati prava i obaveze ugovornih strana prema PEM konvenciji.

Alternativnim pravilima osigurao se novi skup modernizovanih, jednostavnijih i fleksibilnijih pravila o porijeklu.

Novim pravilima se znatno pojednostavljuje sistem, čime bi se trebala poboljšati usklađenost sa propisima koje primjenjuju privredni subjekti, jer se tako izbjegavaju greške koje nastaju zbog složenih pravila. Nova pravila bi trebala osigurati veću fleksibilnost u pogledu kretanja proizvoda sa porijeklom između ugovornih strana.

Uvedeni su objektivniji kriterijumi, a izvjesnim tolerancijama trebao bi se osigurati dovoljan nivo ublažavanja pravila. Novim pravilima se garantuje i da fluktuacija cijene robe na međuna-

rodnim tržištima nema uticaj na porijeklo poljoprivrednih proizvoda.

## **TEKST ALTERNATIVNIH PRAVILA PORIJEKLA**

Predmetom revizije bili su svi članovi i aneksi Priloga I PEM konvencije. Glavne izmjene po članovima i u listi obrade i prerade iz PEM konvencije su kako slijedi:

### **GLAVNE IZMJENE U ČLANOVIMA PEM KONVENCIJE**

#### **Član 3. Kumulacija**

Alternativnim pravilima zadržava se dijagonalna kumulacija za sve proizvode pod uslovom da partneri koji sudjeluju u kumulaciji prihvate isti skup alternativnih pravila o porijeklu. Predviđa se i puna kumulacija za sve proizvode osim tekstila i odjeće navedenih u glavama od 50 do 63 Carinske tarife Bosne i Hercegovine. Međutim, ugovorne strane mogu odlučiti da prošire punu kumulaciju i na ove glave u svojim ugovorima o slobodnoj trgovini.

#### **Član 4. Cjelovito dobijeni proizvodi**

U ovom članu dodani su sljedeći stavovi:

- bilje, uključujući i vodene biljke, te biljni proizvodi koji su ondje uzgojeni ili požnjeveni;
- proizvodi od zaklanih životinja koje su ondje okočene i uzgojene; proizvodi akvakulture ako su ribe, rakovi;
- mekušci i drugi vodeni beskičmenjaci ondje rođeni ili uzgojeni iz jaja, ličinki ili ikre.

#### **Član 5. Dovoljno obrađeni ili prerađeni proizvodi**

Kako bi se izvoznicima osigurala veća predvidljivost, uvedena je mogućnost da izvoznik od carinske administracije može zatraži odobrenje za izračun cijene franko fabrika i vrijednosti materijala bez porijekla na bazi prosječnih vrijednosti, kako bi se uzele u obzir fluktuacije troškova i valutnih kurseva.

Odstupanja predviđena u članu 5. PEM konvencije u alternativnim pravilima su predviđena kao novi član naziva Pravilo o dopuštenim odstupanjima. Predloženim se tekstom za poljopri-

vredne proizvode predviđa dopušteno odstupanje od 15% neto težine proizvoda, a za industrijske proizvode odstupanje od 15% u vrijednosti cijene franko fabrika.

#### **Član 6. Nedovoljni postupci obrade ili prerade**

U ovom članu dodan je sljedeći stav:

- jednostavno dodavanje vode ili razrjeđivanje ili dehidracija ili denaturacija proizvoda.

#### **Član 11. Načelo teritorijalnosti**

Alternativnim pravilima dopušta se da se određeni postupci obrade ili prerade obavljaju izvan državnog područja pod određenim uslovima, uključujući i tekstil.

#### **Član 12. Direktni transport**

Ovaj član u alternativnim pravilima je član naziva Neizmijenjenost (Non-alteration). Cilj ovog člana nije se promijenio, samo se propisuje veća fleksibilnost u pogledu kretanja proizvoda s porijeklom između ugovornih strana. Uvedena je nova odredba da se pošiljke mogu razdvojiti, pod uslovom da ostanu pod carinskim nadzorom u trećoj zemlji/trećim zemljama razdvajanja.

#### **Član 14. Zabrana povrata ili izuzeća od carina**

U skladu s alternativnim pravilima zabrana povrata ili izuzeća od carine se ukida za sve proizvode, osim materijala koji se upotrebljavaju u proizvodnji proizvoda iz glave od 50 do 63 Carinske tarife Bosne i Hercegovine. Član također predviđa određene iznimke od zabrane povrata carine ili izuzeća od carina.

#### **Član 15. Dokaz o porijeklu**

U alternativnim pravilima kao dokaz o porijeklu koristit će se: uvjerenje o kretanju robe EUR. 1 ili Izjava o porijeklu.

Ovaj član također predviđa da se ugovorne strane mogu dogovoriti da se u okviru međusobne preferencijalne trgovine dokazi o porijeklu zamjenjuju tvrdnjama o porijeklu (statement on origin) koje sastavljaju izvoznici registrovani u elektronskoj bazi podataka u skladu sa unutrašnjim zakonodavstvom tih ugovornih strana.

Također, ugovorne strane mogu se



dogovoriti o uspostavi sistema kojim se omogućuje da se dokazi o porijeklu izdaju i/ili podnose elektronskim putem.

#### **Član 20. Odvojeno knjigovodstveno iskazivanje**

U skladu s alternativnim pravilima, ako se zamjenjivi materijali (fungible materials) s porijeklom i bez porijekla upotrebljavaju u obradi ili preradi proizvoda, privredni subjekti mogu osigurati upravljanje materijalima primjenom metode odvojenog knjigovodstvenog iskazivanja, bez zasebnog skladištenja materijala. Ovo se odnosi i na upravljanje zamjenjivim proizvodima s porijeklom i bez porijekla iz tarifnog broja 1701.

#### **Član 23. Važenje dokaza o porijeklu**

Produžen je period važenja dokaza o porijeklu. Dokaz o porijeklu važi deset mjeseci od datuma izdavanja ili sastavljanja u ugovornoj strani izvoznici i u tom se roku podnosi carinskoj administraciji ugovorne strane uvoznice.

### **GLAVNE IZMJENE U LISTI OBRADNE I PRERADE PEM KONVENCIJE**

Generalno, pravila su liberalizovana i pojednostavljena, naročito u pogledu učešća materijala bez porijekla u goto-

vom proizvodu, gdje se učešće materijala bez porijekla u listi obrade i prerade približava 50%.

#### **Poljoprivredni proizvodi**

Ograničenje u pogledu materijala bez porijekla dosad je bilo izraženo samo u vrijednosti. Novi pragovi izražavaju se u težini kako bi se izbjegla fluktuacija cijena i valuta. Istovremeno su izbrisana određena ograničenja za šećer.

Povećan je prag za težinu (sa 20 na 40%) te je uvedena mogućnost da se za neke tarifne brojeve upotrebljava alternativna odabrana vrijednost ili težina. Ta se promjena odnosi na sljedeće glave i tarifne brojeve: ex 1302, 1704 (alternativno pravilo za težinu ili vrijednost), 18 (1806: alternativno pravilo za težinu ili vrijednost), 1901.

Za ostale poljoprivredne proizvode (biljna ulja, orašasti plodovi, duhan) pravila su fleksibilnija i prilagođena privrednim okolnostima.

#### **Industrijski proizvodi (osim tekstila)**

Alternativna pravila sadržavaju znatne izmjene u odnosu na postojeća pravila:

- u pogledu više proizvoda postojeće pravilo iz Glave sadržava dva kumulativna uslova. To se svodi na jedinstveni uslov (glave 74, 75, 76, 78 i 79 Carinske tarife Bosne i Hercegovine);
- briše se velik broj posebnih pravi-

la koja odstupaju od pravila iz Glave (glave 28, 35, 37, 38 i 83 Carinske tarife Bosne i Hercegovine);

- uključivanje alternativnog pravila u postojeće pravilo iz Glave (glave 27, 40, 42, 44, 70, 83, 84 i 85 Carinske tarife Bosne i Hercegovine).

#### **Tekstil**

Kad je riječ o tekstilu i odjeći, uvedene su nove mogućnosti u pogledu vanjske proizvodnje i dopuštenih odstupanja. Za te su proizvode uvedeni i novi postupci za sticanje statusa proizvoda s porijeklom, osobito za tkanine, koje bi tako postale lakše dostupne.

### **PRIMJENA ALTERNATIVNIH PRAVILA PORIJEKLA**

Ciljani datum početka primjene alternativnih pravila porijekla je 1. septembar 2021. godine, a njeno trajanje je ograničeno stupanjem na snagu revidirane PEM konvencije i njenom punom primjenom svih ugovornih strana PEM-a.

Bosna i Hercegovina je započela interne procedure kako bi na vrijeme obezbijedila bosanskohercegovačkim privrednicima primjenu pojednostavljenih pravila o porijeklu robe.

*Elma Demir*

# Konferencija „Tajne uspjeha brzorastućih kompanija”

Važno je prepoznati priliku i imati jasno definisan cilj

Konferencija koja je okupila uspješne direktore i vlasnike firmi održana je u sklopu projekta „Brzorastuće kompanije u BiH” u organizaciji Poslovnih novina i analitičkog partnera bonitetne kuće LRC koje su članice LRC grupacije, pod pokroviteljstvom NLB banke d. o. o. Sarajevo

Pobjegli smo od svakodnevice i realizovali konferenciju „Tajne uspjeha brzorastućih kompanija” u mjestu koje odiše ozonom i pozitivnom energijom, baš onakvom kakve su bile priče kompanija koje su nam se pridružile. Naime, u hotelu Tarčin Forest Resort & Spa je krajem maja organizovana konferencija u malo drugačijem, opuštenom ruhu.

Pod sloganom: „Brzorastuće za Planet: Zasadimo drvo!”, konferencija je imala i društveno odgovoran karakter te je svaki učesnik za svoju brzorastuću firmu zasadio drvo koje će rasti u znak njihovog uspjeha.

Tokom višesatnog druženja uspješnih privrednika govorilo se o tajnama uspjeha, a govornici su nam otkrili šta je potrebno za rast i dobre rezultate kako radnika tako i firme.

Značaj konferenciji dali su Ahmet Egrić, predsjednik Vanjskotrgovinske komore BiH, Adnan Delić, ministar privrede Kantona Sarajevo, Hamdo Ejubović, načelnik Općine Hadžići, te Lidija Žigić, predsjednica Uprave NLB banke koja je pokrovitelj ovog projekta. Lidija Žigić je izjavila:

„Drago mi je da unatoč trenutnim izazovima na tržištu postoje kompanije koje se svrstavaju u red brzorastućih, tj. koje uspijevaju kontinuirano rasti. Male i srednje kompanije su motor razvoja ekonomije, stoga je ključno da ostanemo tu uz naše klijente i pružimo im podršku u razvoju njihovog poslovanja.”

Mersed Čamdžić, direktor brzorastuće kompanije Mistral iz Sarajeva, rekao je da se puno stvari treba poklopiti za uspjeh te naglasio: „Potrebno je prepoznati priliku, imati jasno definisan cilj i put kojim treba koračati, a u cijelom procesu potrebno je ostati čovjek i ostati dosljedan svojim vrijednostima.”

Kemal Likić, direktor Inter-Engs Innovations, jedne od brzorastućih firmi, govorio je o tajnama uspjeha svoje firme. On smatra da su inovacije i istraživanje glavni alati razvoja i rasta modernih kompanija.

Kao i svi učesnici konferencije, i BSP Oil, koji ima status oficijelnog distributera goriva za brzorastuće kompanije, imao je povećanje broja zaposlenika. Tim povodom je Edin Grcić iz Odjela prodaje, marketinga i razvoja naglasio da je fokus njihove kompanije tokom pandemije bio na jačanju brenda te da su imali rast od 20% ukupnog prometa, bez ot-



puštanja ijednog radnika.

Jedan od govornika bio je i Senad Šantić, direktor kompanije Zendev iz Mostara koja je prvo osnovana u Švedskoj. Svoju tajnu uspjeha on je otkrio u jednoj rečenici, rekavši da se trebamo fokusirati na sebe i svoje znanje.

Učesnici ove proljetne konferencije bili su direktori i vlasnici sljedećih firmi: BH Telecom, JP Onsa, Kristal, Halcom, Poliklinika Orthos, JP Nacionalni park Una, Commerce Engineering, Prointer ITSS, Bajrić Company, Grakop, Ice-Damis, Eastern mining, Best Solution Company, Bosfor Stil, Establish, Neimari Šerić, Tacta, Pro Team, MFC, Rocca Forte, TX TV, JP RTV Zenica, LRC Inkasso, a institucionalnu podršku dali su i predstavnici Privredne/Gospodarske komore Federacije Bosne i Hercegovine i Privredna komore Republike Srpske.

Nakon izlaganja predstavnika kompanija, učesnici su imali priliku međusobno se upoznati na koktelu te tako steći i poslovne partnere i ostvariti uspješnu saradnju.

Ovo je bila i prilika da se dodijele certifikati koji potvrđuju status brzorastuće kompanije.

*Sibila Mujanović*

# Digitalna komora

## Šta je to Digitalna komora i zašto se registrovati?

Ostvarivanje bolje saradnje između privrednika, regulatornih organa i krajnjih korisnika. Pronalaženje partnera u zemlji, regionu ili čak i šire. Detaljno informisanje i olakšavanje procedura u vezi sa transportom robe i dobara. Jednostavnost prikupljanja informacija i stupanja u kontakt sa osobama ili institucijama od konkretnog značaja.

Digitalna komora je jedinstveni registar čija je misija ispunjavanje upravo ovih ciljeva.

Ranije postojeći problemi u organizaciji i radu privrede u Bosni i Hercegovini dodatno su potcrtni pandemijom virusa korona koja je istovremeno više nego ikada ranije naglasila i potrebu za njihovim rješavanjem.

U želji da se naprave pozitivne promjene u društvu i privredi nastao je projekt Digitalne komore u saradnji sa Vanjskotrgovinskom / Spoljnotrgovinskom komorom.

**Digitalna komora** je pokrenuta u martu 2020. godine sa idejom vodiljom da pozitivno poslovno okruženje mora biti na prvom mjestu. Riječ je o jedinstvenom online registru koji je dostupan za besplatnu registraciju svim privrednim subjektima, a korisnicima pruža mogućnost da učestvuju u digitalnoj sredini koja na jednom mjestu objedinjuje podatke o svim bh. proizvođačima, kako one upravljačke u vlasničkom i rukovodstvenom smislu tako i finansijske, odnosno poslovne sa svim bitnim obilježjima proizvodnih asortimana, cijena, rokova i sl. Svoje informacije crpi iz eksternih izvora putem agencije za prikupljanje podataka te internih izvora koje poslovni subjekti direktno dostavljaju putem registracije i kreiranjem svog profila.

## Koji su benefiti pridruživanju Digitalnoj komori?

Registracija na Digitalnoj komori prevashodno omogućava veću vidljivost preduzeća jer ono onda postaje dio online registra koji je dostupan i svim drugim registrovanim korisnicima. Bez obzira na djelatnost kojom se bavi i njegovu fizičku lokaciju unutar BiH, Digitalna komora olakšava pristupanje svim podacima o nekom preduzeću koji bi mogli biti relevantni za druge privredne subjekte ili potrošače. Istovremeno, s obzirom na uključenost i drugih agencija i tijela vlasti, nudi i olakšice u smislu pronalaženja informacija o uputstvima za uvoz i izvoz, relevantnim zakonskim ili proceduralnim okvirima poslovanja u određenim poljima. Takođe, omogućava i pristup informacijama o real time djelatnostima pojedinačnih preduzeća, kao i makroekonomske i statističke podatke o njima ili njihovoj niši.

Od izuzetnog je značaja i prilika za znatno lakšu međusobnu komunikaciju članova, jer Digitalna komora sadrži i chat roomove za direktno stupanje u kontakt, a podržava i održavanje sastanaka sa jednim ili većim brojem učesnika.

Dodatno, inspirisana nedavnim mjerama ograničavanja kretanja i okupljanja, Digitalna komora takođe omogućava i održavanje online sajmova bez geografskih ograničenja, dostupnih za članove iz zemlje, regiona i svijeta, kao i njihovo organizovanje. Pored edukativnog karaktera, takve prilike dragocjene su i zbog ostvarivanja kontakata i umrežavanja sa relevantnim ljudima iz polja, što je takođe jedan od ciljeva ove platforme, a nikaoko nije zanemarljiv ni aspekt konsaltinga, odnosno poslovnog savjetovanja u oblastima trgovine, ekonomije, marketinga ili prava.

## Kako se registrovati na Digitalnu komoru?

Sam proces registracije je potpuno besplatan i maksimalno pojednostavljen. Sve što je potrebno uraditi jeste posjetiti internet stranicu [digitalnakomora.ba](http://digitalnakomora.ba) i odabrati opciju „Registrujte se“. Nakon toga se jednostavno prate naznačeni koraci za popunjavanje online formulara i unose potrebni podaci. Tako postajete dio najvećeg poslovnog registra i pretraživača u regiji i uživajte u svim benefitima koje to donosi za vas i vaše preduzeće.

Više informacija i bilo kakva pomoć pri registraciji dostupni su na broj telefona 033/843-910 ili putem e-maila [support@digitalnakomora.ba](mailto:support@digitalnakomora.ba)



Digitalna Komora  
Дигитална Комора  
Digital Chamber



# DIGITALNA KOMORA

Veća vidljivost

Unapređenje poslovanja

Povezivanje sa poslovnim partnerima

Registrujte se **BESPLATNO** na  
**NAJVEĆU BIH ONLINE**  
**POSLOVNU PLATFORMU!**

[www.digitalnakomora.ba](http://www.digitalnakomora.ba)



Za više informacija:  033 843 910  [support@digitalnakomora.ba](mailto:support@digitalnakomora.ba)



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



Digitalna Komora  
Дигитална Комора  
Digital Chamber

# Mogućnosti finansiranja razvoja i komercijalizacije inovativnih proizvoda malih i srednjih preduzeća

**Horizon Europe je najveći EU program za istraživanje i inovacije sa oko 95,5 milijardi eura budžeta za period od 7 godina (od 2021. do 2027.). Program se fokusira na klimatske promjene, pomaže postizanje ciljeva održivog razvoja UN-a (SDGs) i podupire konkurentnost i rast u EU**

**H**orizon Europe, također, podržava razvoj izvrsnosti u znanju i tehnologijama te potiče ekonomski rast, promovira industrijsku konkurentnost i jača Evropsko istraživačko područje (ERA). Pravna lica iz EU i pridruženih zemalja mogu učestvovati u programu.

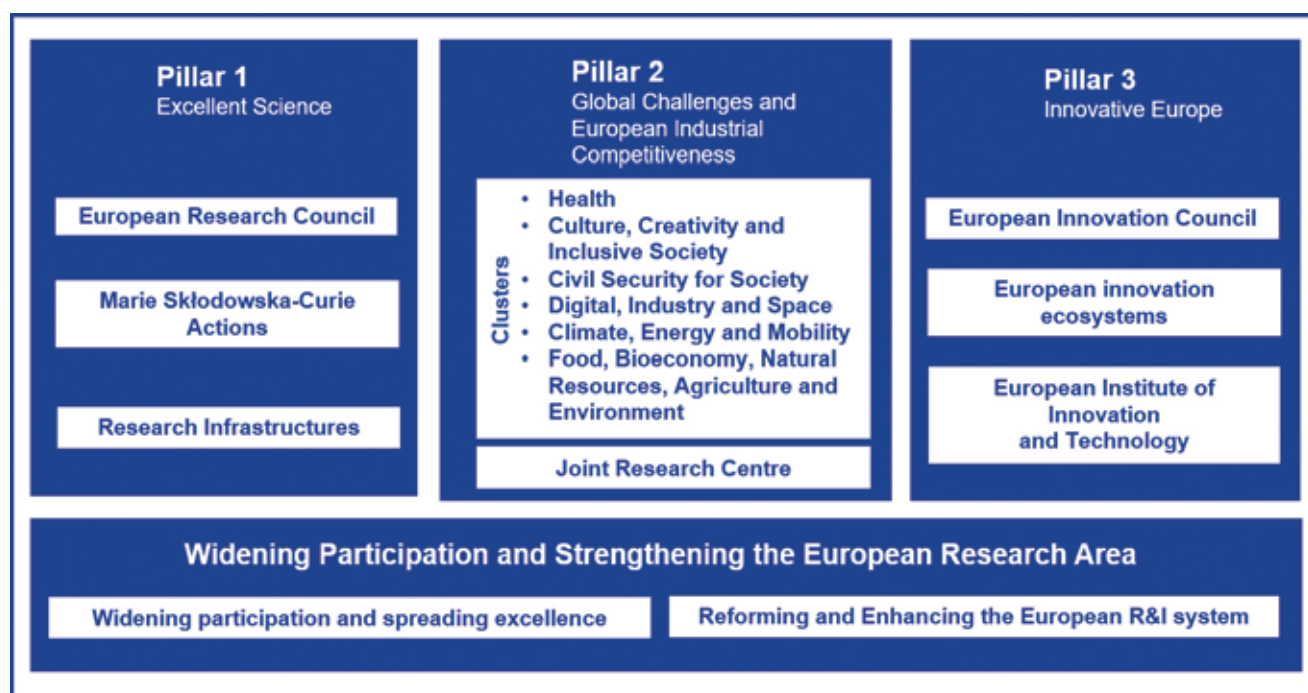
Ključna novina u Horizon Europe programu Evropske unije je „European Innovation Council“ (EIC), odnosno EIC Accelerator, koji se nalazi u okviru 3. stuba - Inovativna Evropa i pruža mogućnosti za razvoj i komercijalizaciju inovativnih proizvoda koji otvaraju

nova tržišta i generiraju nove poslove, potiču rast i viši životni standard u EU. EIC Accelerator pruža podršku vrhunskim inovatorima, poduzetnicima i malim i srednjim preduzećima (MSP) putem mogućnosti finansiranja i tzv. „acceleration“ usluga. Potrebno je napomenuti da se pod MSP-ovima podrazumijevaju kompanije sa manje od 250 zaposlenih i godišnjim obrtom manjim od 50 miliona eura. Budžet koji je na raspolaganju za EIC Accelerator je 10,1 milijarda eura za period od 7 godina. EIC Accelerator se, na neki način, gradi na dostignuća svog prethodnika, odno-

sno SME Instrument (Horizon 2020).

Prilikom apliciranja na većinu grantova u okviru Horizon Europe programa potreban je konzorcij, odnosno barem 3 partnera iz 3 različite zemlje. Međutim, EIC Accelerator otvara mogućnost apliciranja za finansijska sredstva pojedinačnim kompanijama i namijenjen je profitnim licima.

Postoje 2 vrste poziva za dostavu projektnih prijedloga u okviru EIC Acceleratora: „Open Calls“ i „Challenge Driven Calls“. U prvoj grupi poziva kompanije mogu aplicirati sa inovativnom idejom/proizvodom u bilo kom



Struktura Horizon Europe programa Evropske unije (2021-2027.)



području razvoja tehnologije, dok u drugoj grupi poziva postoje jasno preddefinirane teme u okviru kojih se mogu podnositi projektne aplikacije. Za 2021. godinu područja od strateškog značaja u okviru „Challenge Driven Calls“ su: Strateške digitalne i zdravstvene tehnologije i „Green Deal“ inovacije za ekonomski oporavak.

Ono što je bitno napomenuti jeste da su pozivi otvoreni u toku cijele godine sa tzv. „cut-off date“ 6. 10. 2021. godine, odnosno datumima kada se pristigle aplikacije ocjenjuju. Nakon toga najuspješniji aplikanti dobivaju finansijska sredstva za razvoj i komercijalizaciju svojih inovativnih proizvoda.

U principu, kompanije mogu dobiti bespovratna sredstva (grant) u iznosu od 2,5 miliona eura (maksimalno), odnosno iz granta se može pokriti maksimalno 70% prihvatljivih troškova inovativnog projekta, a projekti mogu trajati maksimalno 24 mjeseca. Pored toga, postoji i mogućnost dobijanja i investicije u iznosu od 0,5 do 15 miliona eura.

Svi aplikanti, prije početka podnošenja (elektronske) aplikacije, moraju biti registrirani na F&T portalu i dobiti devetocifreni PIC identifikacijski broj. Proces apliciranja se sastoji od kratke, a nakon toga i pune aplikacije. Set kriterija koji se ocjenjuje se odnosi na „Excellence“, „Impact“ i „Level of risk, implementation and need for Union support“. U obje faze prijave se

ocjenjuju navedeni kriteriji, ali sa različitim obimom traženih informacija. Tako se, naprimjer, u okviru kriterija „Excellence“ ocjenjuje stepen novosti proizvoda u odnosu na postojeće proizvode, pravovremenost predložene inovacije, tehnološka izvodljivost (nivo tehnološke spremnosti-TRL 5/6<sup>1</sup>) i prava intelektualnog vlasništva. U okviru kriterija „Impact“ aplikanti treba da demonstriraju potencijal za rast, da iskažu realistične finansijske potrebe, da dokažu da će inovacija nakon komercijalizacije ostvariti pozitivne ekonomske, okolinske i klimatske uticaje, da predlože strategiju komercijalizacije, ključne partnere i sl. Treći kriterij „Level of risk, implementation and need for Union support“ za aplikante znači da trebaju da dokažu da predloženi tim ima sposobnosti i motivaciju za implementaciju predložene ideje i plasman novog inovativnog proizvoda na tržište i da postoji plan postizanja zadovoljavajućeg nivoa kompetencija tamo gdje iste nedostaju, jasan plan implementacije, identificirani investicijski rizici i ocjena tržišnih rizika te prijedlog mjera za ublažavanje istih. Uspješni aplikanti, u prethodne dvije faze, moraju proći i „Face to Face“ intervju.

Pored toga, uspješni projekti u prvoj fazi mogu dobiti „Coacha“ u fazi pripre-

me pune aplikacije koji im pomaže da pripreme projektnu prijavu. „Coach“ je, u pravilu, ekspert iz područja projektne intervencije sa iskustvom u pripremi projekata, te se isti može odabrati, sa zvanične liste eksperata, prema potrebi aplikanta. Na kraju, kada je inovativni proizvod spreman za tržište, pruža se podrška komercijalizaciji istog putem mentoringa, obuke, traženja partnera, investitora, distributera i klijenata i IPR Helpdeska te putem povezivanja sa inovacijskim agencijama, inkubatorima i različitim mrežama za podršku biznisu i inovacijama poput Evropske poduzetničke mreže (Enterprise Europe Network) i sl.

Na ovaj način inovativan proizvod dolazi na tržište Evropske unije.

Ovaj članak ima za cilj da informira potencijalne aplikante o mogućnostima dobijanja finansijskih sredstava za razvoj i komercijalizaciju inovativnih proizvoda, kao i da ih ohrabri da apliciraju i pokušaju iskoristiti mogućnosti koje im se pružaju u okviru Horizon Europe programa Evropske unije. Apliciranje u okviru „European Innovation Council“ nije jedina opcija za kompanije koja se nudi u okviru Horizon Europe programa EU, ali zasigurno nudi najviše mogućnosti za finansiranje i razvoj inovativnih proizvoda u kompanijama.

*Pripremio:  
mr. sc. Senad Hromić*

<sup>1</sup> TRL 5-tehnologija validirana u relevantnom okruženju; TRL 6-tehnologija demonstrirana u relevantnom okruženju

# Računovodstveni sektor u Bosni i Hercegovini

Jedna od najizraženijih karakteristika sektora računovodstva u Bosni i Hercegovini jeste značajno prisustvo stranih kompanija. Posmatrajući globalno i poredeći računovodstveni sektor u Bosni i Hercegovini sa većim, ekonomski razvijenijim zemljama svijeta, ovaj sektor u našoj zemlji je slabo razvijen. Manji broj velikih kompanija i organizacija koje bi koristile složenije i profesionalnije usluge računovodstva rezultirale su navedenim stanjem. Uprkos takvoj činjenici, neke od najvećih međunarodnih kompanija iz oblasti računovodstva imaju svoje kancelarije u BiH. Neke od njih su PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young itd.

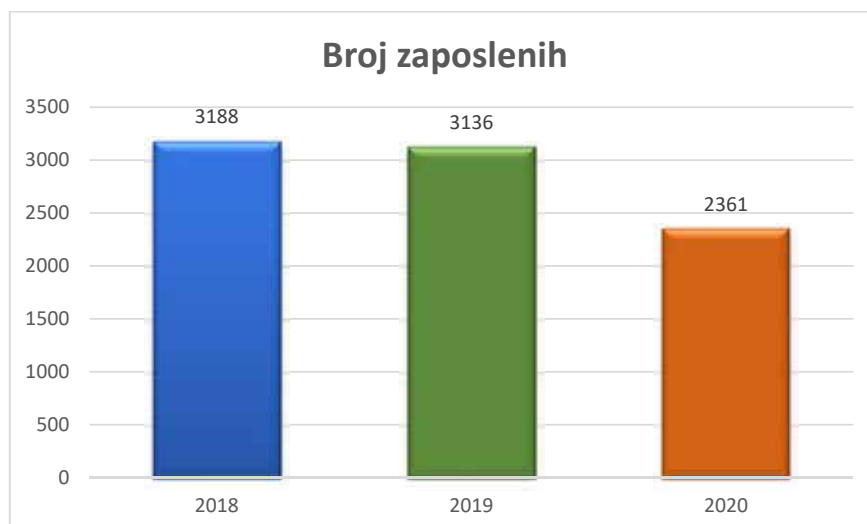
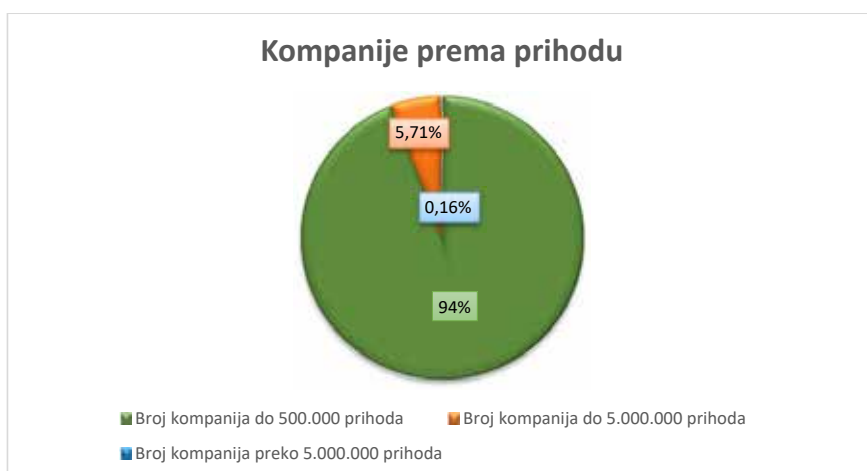
## Analiza za period 2018-2020.

U 2018. godini u okviru sektora računovodstva registrovana je 771 kompanija, ali je u naredne dvije godine taj broj padao, tako da je u 2019. godini bilo registrovano 737 kompanija, a u 2020. godini samo njih 631. Očigledno i za očekivati je da je pandemija uzrokovana virusom COVID-19 negativno uticala i ostavila posljedice i u sektoru računovodstvenih usluga.

2018. - Od navedenih kompanija, 93,64% ostvaruje prihod do 500.000 KM, 6,23% kompanija do 5.000.000 KM, a samo jedna kompanija (0,13%) više od 5.000.000 KM.

2019. - Od navedenih kompanija, 92,94% ostvaruje prihod do 500.000 KM, 6,78% kompanija do 5.000.000 KM, a dvije kompanije (0,27%) više od 5.000.000 KM.

2020. - Od navedenih kompanija, 94,14% ostvaruje prihod do 500.000 KM, 5,71% kompanija do 5.000.000 KM, a samo jedna kompanija (0,16%) više od 5.000.000 KM



Troškovi plata	2018.	2019.	2020.
Broj zaposlenih	3.188	3.136	2.361
Prosječna godišnja bruto plata po zaposlenom	18.087 KM (9.228 €)	18.883 KM (9.634 €)	18.096 KM (9.232 €)
Prosječna mjesečna bruto plata po zaposlenom	1.507,25 KM (769 €)	1.573,58 KM (802,85 €)	1.508,01 KM (769,39 €)
Prosječna dnevnicu po zaposlenom	71,77 KM (36,62 €)	74,93 KM (38,23 €)	71,81 KM (36,64 €)
Prosječna satnica po zaposlenom	8,97 KM (4,58 €)	9,37 KM (4,78 €)	8,98 KM (4,58 €)

Vrsta prihoda	2018.	2019.	2020.
Godišnji prihod po zaposlenom	40.665 KM (20.747,45 €)	43.942 KM (22.419,39 €)	42.551 KM (21.709,69 €)
Mjesečni prihod po zaposlenom	3.388,75 KM (1.728,95 €)	3.661,83 KM (1.868,28 €)	3.545,91 KM (1.809,14 €)
Dnevni prihod po zaposlenom	161,37 KM (82,33 €)	174,37 KM (88,96 €)	168,85 KM (86,15 €)
Prosječni prihod po satu po zaposlenom	20,17 KM (10,29 €)	21,80 KM (11,12 €)	21,11 KM (10,77 €)

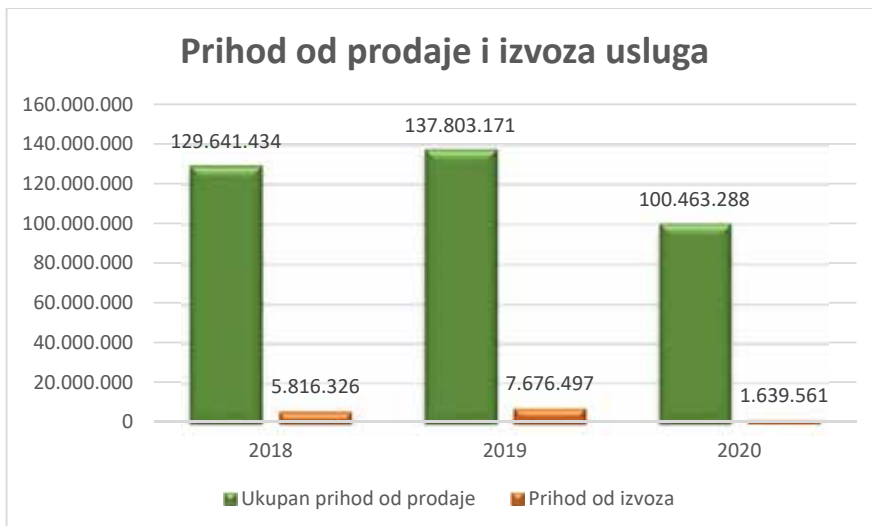
## Zaposlenost i plate

Broj zaposlenih u sektoru računovodstva bilježi konstantan pad za posmatrani period. Drastičan pad zabilježen je u 2020. godini kada je broj zaposlenih bio 2.361, dok je u 2018. godini taj broj 3.188, a u 2019. godini 3.136. Ovim se još jednom potvrđuje negativan uticaj još uvijek aktuelne pandemije.

Prosječna mjesečna bruto plata u kompanijama ovog sektora u 2020. godini iznosila je 1.508,01 KM, odnosno 769,39 €. Iz navedenog se može zaključiti da su zaposleni u računovodstvenim kompanijama u BiH u prosjeku plaćeni oko 9 KM po satu, odnosno 4,58 €.

Što se tiče mjesečnog prihoda po zaposlenom, u 2018. godini on je iznosio 3.388,75 KM, 2019. godine 3.661,83 KM a 2020. godine 3.545,91 KM. Prosječan prihod po satu zaposlenika u 2020. godini iznosio je 21,11 KM.

## Prihod i izvoz usluga

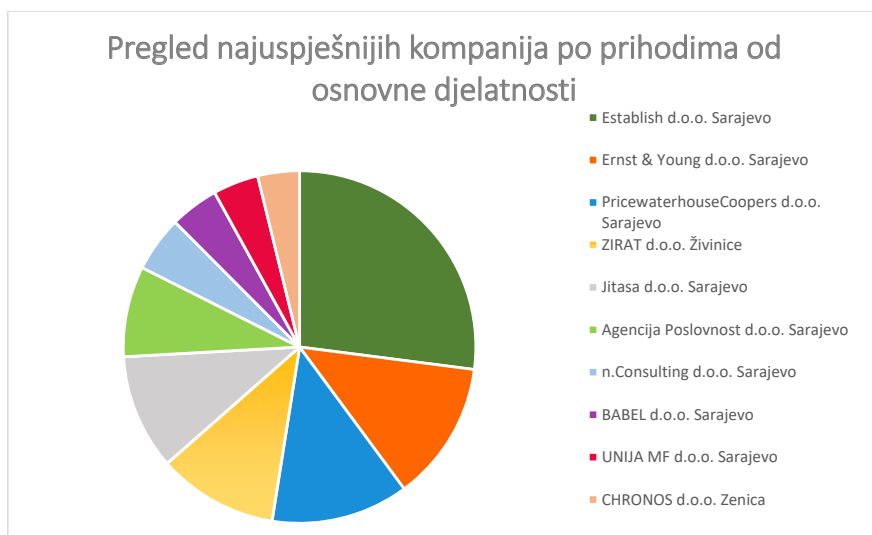


Ukupan prihod od prodaje u 2018. godini iznosio je 129.641.434 KM, dok je u 2019. godini zabilježen porast od 8 milion kada je ukupan prihod iznosio 137.803.171 KM. Nažalost, u 2020. godini, godini pandemije koja je imala ogroman uticaj na svjetsku ekonomiju, i računovodstveni sektor u BiH bilježi pad. Ukupan prihod od prodaje u 2020. godini pao je za oko 37 miliona u odnosu na 2019. godinu i iznosio je 100.463.288 KM.

## Ukupna dobit

Kompanije iz sektora računovodstva u BiH nekoliko godina unazad, a do 2020. godine, bilježile su konstantno povećanje ukupne dobiti, za koju možemo reći da je bila dosta velika. Tako je u 2018. godini ona iznosila 25.358.604 KM, dok je u 2019. godini zabilježeno značajno povećanje od preko 4 miliona. U 2020. godini zabilježen je drastičan pad od skoro 9 miliona.

*Pripremile:  
Nejira Močević  
Stanislava Perišić*



# Pet najvažnijih trendova u interijeru za sezonu 2021/2022.



Designed by Freepik

Svake godine stručnjaci jednog od najvažnijih svjetskih sajmova za namještaj i interijer Imm Cologne objavljuju svoje viđenje trendova koji će dominirati industrijom u narednoj sezoni. U nastavku je osvrta na pet trendova koji će, po njihovom mišljenju, oblikovati ovu industriju u Evropi i svijetu

## „Connected Living“ – trend življenja u kojem je sve povezano

Digitalni svijet, donekle potpomognut i pandemijom (ali ne samo zbog toga), uselio se i u domove običnih ljudi. Današnja kućanstva više nego ikad isprepletana su „pametnim“ tehnologijama – što je jedan od vodećih i stalno rastućih trendova.

„Smart home“ tržište obuhvata i prodaju ugradbenih aparata i vezanih usluga koje omogućavaju automatizaciju interijera za krajnje potrošače (B2C). Kućanski aparati i bijela tehnika direktno i indirektno su povezani putem interneta kako bi se lakše moglo upravljati njihovim funkcijama. Prema nedavnoj studiji Statista (Digital Market Outlook), svjetski prihodi ovog tržišta

u 2020. godini iznosili su 77,3 milijarde USD. Uz rastuće procese digitalizacije privatnih kućanstava i sve veću prihvaćenost od strane korisnika, očekuje se dalji rast prihoda „smart living“ tržišta na 175,7 milijardi USD do 2025. godine.

Za razliku od klasičnog „smart home“ koncepta, trend življenja u kojem je sve povezano (Connected Living) ima i dodatne pogodnosti: to su aplikacije koje omogućavaju digitalno povezivanje i umrežavanje putem raznih networking platformi, društvenih mreža, streaming servisa i tako doslovno dovode svijet u naše domove, kao što postaju i „otvoren prozor“ u svijet kada je sve zaključano (lockdown).

U doba pandemije ovaj sveprisutni trend omogućio je nesmetano odvijanje još jedne važne funkcije – rada i školovanja od kuće – koja je ovako integrirana u „pametni dom“ postala životna olakšica, higijensko-epidemiološka mjera, ali i faktor smanjenja stresa.

Studija provedena u Njemačkoj za potrebe digitalne asocijacije Bitkom pokazuje da svaki četvrti pripadnik radne populacije (25% ili oko 10,5 miliona ljudi) sada radi isključivo od kuće i to smatra potpuno zadovoljavajućim načinom rada, dok svaka druga osoba (45% zaposlenika) radi djelimično od kuće.

Gotovo svaki treći Nijemac (31% populacije) povećao je korištenje različitih digitalnih servisa (videokonsultacije,

streaming aplikacije, alati za digitalne finansije itd.) – pokazuju rezultati studije instituta YouGov.

Ova iskustva fundamentalno su promijenila način razmišljanja ljudi i njihov odnos prema „tehnizaciji“ unutar vlastita četiri zida, čineći trend „Connected Living“ uspješnom i perspektivnom kompenzacijom za nedostajući fizički kontakt u svim sferama života (poslovanje, kultura, sport, slobodno vrijeme itd.). Istodobno, smart tehnologije postale su integralni dio arhitekture koja je postala nezamisliva bez njihove primjene.

## „Prirodni luksuz“ – kvalitet je istinski luksuz

Za industriju opremanja interijera orijentiranu ka dizajnu veoma je značajan ovaj trend koji glorificira tradicionalno zanatsko umijeće, jednostavnost, korištenje prirodnih materijala, organski dizajn. Stoga se pod nazivom „prirodni luksuz“ krije prirodnost porijekla, ali i želja da se „masovno“ i (prema tome) „jeftino“, zamijeni stvarnim vrijednostima baziranim na održivosti.

Slično kao i trend u modnoj industriji, i u industriji interijera želi se napraviti otklon od masovne potrošnje koja iscrpljuje resurse bez ikakve društvene odgovornosti ka konceptu koji



# „FurniDigit“

## Razvoj digitalne promocije kompanija iz sektora namještaja BiH na međunarodnom tržištu uz podršku bh. dijaspore

S ciljem podizanja konkurentnosti bh. firmi iz oblasti namještaja za potrebe uključivanja i održivosti u internacionalnim lancima vrijednosti, u periodu od novembra 2020. do kraja aprila 2021. godine, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine implementirala je projekat „FurniDigit“ - Razvoj digitalne promocije kompanija iz sektora namještaja BiH na međunarodnom tržištu uz podršku bh. dijaspore. Njegova realizacija omogućena je uz podršku programa „Dijaspore za razvoj (D4D)“ Ministarstva za ljudska prava i izbjeglice BiH i Vlade Švicarske realiziranog u partnerstvu sa UNDP BiH i IOM BiH

Fokus projekta „FurniDigit“ jest razvoj konkurentnosti bh. firmi kroz poboljšanje stanja digitalizacije procesa i digitalnih promotivnih materijala postizanjem dva osnovna cilja, tj. realizacijom dvije komponente: nastavak promoviranja kompanija na ciljnim tržištima u obliku prilagođenom situaciji pandemije (elektronski reklamni materijal i promoviranje na online portalima), kao i prijenos znanja i iskustava iz bh. dijaspore u pogledu unapređenja procesa digitalizacije i izrade integriranih digitalnih funkcija bh. firmi u oblasti namještaja (izrada digitalne marketing strategije).

### Reklamiranje u digitalnoj formi na ciljnim tržištima

U prvom dijelu projekta realizirana je priprema promotivnog materijala o 14 bh. firmi iz oblasti namještaja koje kao svoje ciljno tržište vide zemlje EU (posebno Njemačku i Austriju) te je isti, u vidu suplementa (brošure) u štampanoj i digitalnoj formi, objavljen u austrijskom časopisu i na online platformi za namještaj i interijer Wohnkultur iz Beča. Razlozi ovakvog reklamiranja vođeni su činjenicom nemogućnosti učešća bh. kompanija na najvažnijem sajmu za namještaj na ovim tržištima

(Imm Cologne 2021), koji je otkazan zbog pandemije, te potrebom da se fokus kupaca zadrži na ponudi bh. izvoznika namještaja kroz digitalnu sferu oglašavanja.

Ova vrsta promotivne podrške značila je za naše firme dodatni doseg prema potencijalnim kupcima, posebno na tržištima Austrije i Njemačke (koje pretplatom pokriva štampano izdanje magazina), ali i drugih evropskih zemalja čiji predstavnici sudjeluju na najvažnijim sajmovima na ovim tržištima, a koje Wohnkultur posebno promovira kroz svoje štampano i elektronsko izdanje.

Projekat „FurniDigit“ je na ovaj način podržao reklamiranje sljedećih bh. firmi: Bosnian Beech Board d. o. o., Delibašić poliuretani d. o. o., Dineco d. o. o., Eco Company d. o. o., Formino d. o. o., Ingrat d. o. o., Izazov d. o. o., MS Wood, Nova Ambienta d. o. o., Rattan Sedia d. o. o., Solidwood d. o. o., Standard Furniture Factory d. d., Storia d. o. o. i Atrika d. o. o.

Također, brošura je ponudila kratak osvrt na online sajam za industriju namještaja i drvoprerađivačicu BiH „Match & Furnish 2020“ koji je organizirala Komora u oktobru 2020. godine te tako promovirala i održivost ovog događaja.

### Prijenos znanja iz bh. dijaspore o digitalnom marketingu

Drugi dio projekta proizlazi iz potreba bh. firmi iz oblasti namještaja da se prilagode procesima digitalne transformacije, posebno kada je upitanju njihova kvalitetna promocija u online sferi – na različitim b2b događajima, online sajmovima, web stranicama, društvenim mrežama i portalima, što je preduvjet uspješne prodaje. Za sve ove aktivnosti, a posebno za uvođenje digitalne prodaje koja je svakako u (ubrzanom) usponu, potrebno je imati jasnu strategiju i planove digitalne transformacije u svakoj firmi.

Ovaj dio projekta realiziran je u suradnji sa firmom Glowhuntersmedia, tj. konsultanticom za digitalni marketing Dženetom Schitton iz bh. dijaspore (Slovenija/Austrija).

Početak februara 2021. godine je za kompanije učesnice projekta „FurniDigit“ održan webinar pod nazivom „Digitalizacija u segmentu marketinga i prodaje u svrhu podsticanja izvoza“. Na webinaru su bh. kompanije upoznale sa trendovima i pozitivnim učincima digitalne transformacije i digitalnog marketinga na prodajne rezultate firme.

Kao i u ostalim industrijama, digitalizacija kuca na vrata industrije namje-





**MIT EINANDER. FÜR EINANDER.  
DAFÜR IST FAMILIE DA!**

- GROSSARTIGE SORTIMENTE
- KEINE MITGLIEDSBEITRÄGE
- ENTSCHEIDUNGSFREIHEIT
- GLEICHBERECHTIGUNG
- TOP RÜCKVERGÜTUNG
- NULL RISIKO
- MEHR MARKETING
- MEHR MITEINANDER

ÜBERZEUGEN SIE SICH SELBST:

**GfMTrend**  
Möbeleinkaufsverbund

Bernd Ulrich  
Key Account  
Tel.: +49 (0) 175 / 93 17 125  
bulrich@gfm-trend.at  
www.gfm-trend.at



**Möbel  
'Made in  
Bosnia &  
Herzegovina'**

štaja. Neke kompanije su već preduzele korake i počele koristiti digitalna oruđa u svojim marketinškim i prodajnim aktivnostima, dok su druge na početku tog procesa. Webinar je pružio uvid u šarolik opus rješenja koja se nude, s obzirom na kompleksnost kompanija i proizvoda, ciljna tržišta, spremnost na ulaganja, ali i na raspolaganje specifičnim znanjima. Ovaj pregled mogućnosti je bio početak priče o konkretnim koracima koje svaka kompanija može poduzeti kako bi se uključila u digitalnu ekonomsku transformaciju i time postala konkurentnija kako na domaćem tako i na inozemnim tržištima.

Prijenos znanja i iskustva eksperta iz dijaspore nastavljen je kroz detaljan rad, tj. individualni konsalting sa dvije bh. firme iz grupe učesnica projekta, odabrane na bazi ocjene potreba i mogućnosti primjene određenih digitalnih marketing strategija na poboljšanje njihove izvozne prodaje.

U ovom procesu ekspertica je kroz period od 6 sedmica detaljno analizirala trenutno stanje digitalizacije marketing funkcije u izabranim firmama (Nova Ambienta i Rattan Sedia), sa konačnim ciljem izrade specifične strategije digitalnog marketinga za svaku

firmu, sa jasno iskazanim aktivnostima za realizaciju iste.

Naime, na putu digitalne transformacije firmi, inovirana (digitalizirana) marketing funkcija treba da omogući kupcima sa specifičnim zahtjevima različite nivoe informacija – od informiranja o kupovini i specifikaciji proizvoda, pomoći pri odlučivanju i procesu same kupovine do razmjene informacija o zadovoljstvu i integrisanju postprodajnih funkcija. Stoga digitalna transformacija znači i promjenu svih oblika poslovanja i procesa u kojima su zaposlenici u interakciji s klijentima.

## Trendovi u ponašanju potrošača i digitalni marketing

Koncept digitalnog marketinga postaje sve važniji i za industriju namještaja, koja je u kontekstu izvoza većinu kontakata sa kompanijama ostvarivala posjetama sajmovima namještaja. Pandemija je, zapravo, samo istakla činjenicu da je digitalni način komunikacije i oglašavanja neminovna promjena kroz koju industrija mora proći, jer su se i prije marta 2020. godine počele događati različite promjene u ponašanju kupa-

ca uzrokovane procesima digitalizacije globalne ekonomije.

Istraživanja ponašanja potrošača pokazuju da sve više ljudi odluku o kupovini donosi online očekujući pritom besprijekorno digitalno iskustvo kada se radi o informacijama o proizvodu/usluzi, vizualnim elementima kao i komunikaciji sa prodavačem.

Također, prisutan je i trend za visokim stepenom customizacije, odnosno prilagođavanja namještaja potrebama individualnih kupaca. Za kompanije koje rade namještaj po mjeri je u pandemijskim uslovima postalo itekako bitno da mogu i taj element predstaviti digitalnim putem na primjeren način, koji će krajnjem kupcu omogućiti da i bez posjete salona dobije pregled mogućnosti koje se nude.

U okviru projekta „FurniDigit“ našim kompanijama iz sektora namještaja upravo je ponuđena ta dodatna perspektiva u uslovima u kojima su putovanja, sajmovi i fizički događaji bili onemogućeni. Firme su tako saznale više o potencijalima digitalnog marketing pristupa koji je učinkovit, ciljno orijentiran, mjerljiv i puno jeftiniji od nekog klasičnog pristupa.

## Riječ učesnika projekta

**Nermin Terzić, rukovodilac prodaje,  
marketinga i razvoja  
RATTAN SEDIA d. o. o., Brčko**

Najveći izazovi za kompanije u doba pandemije su usporena digitalizacija poslovanja te odlazak stručnih kadrova, što predstavlja uzročno-posljedičnu vezu. Pored toga, smatram da još uvijek nismo uspjeli brendirati Bosnu i Hercegovinu kao državu koja više nije izvor jeftine radne snage, nego izvor kvalitetnih proizvoda. Mislim da je pandemija pokazala da digitalizacija može biti spas ili izlaz, ali samo za one koji to zaista žele - govorim o aktivnostima marketinški osviještenih kompanija koje imaju jasno zacrtan cilj u svom poslovanju.

Uz digitalno-marketinško znanje jako je važno i iskustvo, odnosno poznavanja tržišta koje se targetira. Klasični marketing pristup, ukoliko mislimo na tradicionalne medije, nema tako veliki doseg poput digitalnog marketinga kada govorimo o strategiji za izvoz. Ovdje svaki zaposlenik može dati svoj doprinos. Bitno je imati zajednički cilj, a nekada i najobičnije "gerilske" ideje mogu da pomognu i generiraju kupce.

Za uspješan digitalni marketing važno je posjedovati kvalitet i isto tako znati ga pokazati. Ukoliko postoji kvalitet cijelog sistema - pojedinca, kompanije, platforme - digitalni marketing je tu da ga idealno prezentuje, da ga „posluži“ konzumentima. Možete biti perfektni u digitalnom marketingu, „prodati se“, usavršavati strategiju, ali „nekvalitet“ uvijek dođe na naplatu.

Kroz projekat FurniDigit uspjeli smo mapirati ključne probleme, targetirati tržište koje se ispostavilo kao plodno tlo za buduću saradnju te smo, u konačnici, i ostvarili određene rezultate. Sve pohvale za Glowhuntersmedia i prijenos znanja mladih stručnjaka iz dijaspore - riječ je o eklatantnoj potvrdi da mladi pokreću svijet.

**Nedžad Hodžić, direktor  
NOVA AMBIENTA d. o. o.,  
Sarajevo**

Industrija namještaja obuhvata različite sfere proizvodnje i svaka kompanija se bavi posebnom. Nije ista problematika za one koji izrađuju pojedinačne komade namještaja, poput stolica ili sofa i prodaju ih kao gotove proizvode, i nas koji smo se bazirali na dizajniranje i izradu namještaja po mjeri koji je visokog kvaliteta i spada u gornji cjenovni rang. Za firme kao što smo mi potrebno je imati lokalnog partnera na inotrižistu koji bi mogao pratiti projekat kada je to nama onemogućeno zbog uslova pandemije i drugih restrikcija. Pandemija nam je otežala pronalazak partnera, nabavku materijala i ugradbenih aparata stranih proizvođača, ali i izvoz finalnog proizvoda.

Novonastala situacija usmjerila nas je ka drugim, digitalnim oblicima marketinga. Online kampanje su efektivnije, a pristupačnije i povoljnije za kreiranje. Društvene mreže tu zasigurno igraju veliku ulogu, a njihov uticaj je svakako bio izražen u toku pandemije. Pandemija je nagnala i one biznise koji nisu bili aktivni na tom području da se prilagode situaciji i priključe valu aktivnog digitalnog promoviranja, pa možemo reći da živimo u eri u kojoj digitalni marketing doživljava svoj puni procvat.

Smatramo da je neminovno da uspješna kompanija ima poseban kadar koji je usmjeren isključivo na sferu digitalnog marketinga s obzirom na to da je to materija koja iziskuje stalno proučavanje, modifikovanje i na kraju provođenje naučenog.

Kada je riječ o kampanji za izvoz proizvoda na strano tržište, izazovi su bili brojni. Poznavati željenu teritoriju izvoza, njihove trendove, standarde i generalna očekivanja je ono što je najbitnije. Nakon toga dolazi precizno identificiranje krajnjeg konzumenta do kojeg ćemo doći uz stvaranje unikatnih online strategija.

Svakako nam je pomogla podrška projekta VTKBiH - FurniDigit, kao i saradnja sa Dženetom Schitton kao konsultanticom koja dolazi sa tržišta na koje smo odlučili izvoziti. Iskustva su zaista pozitivna, možemo sa sigurnošću reći da smo dobili kvalitetne savjete, upute i smjernice.



**Möbel**

**'Made in Bosnia & Herzegovina'**

### Digitalna marketing strategija – konkretan putokaz za dvije bh. firme

Detaljan rad eksperta sa dvije firme te pripremljen dokument za planiranje njihovih digitalnih marketing strategija pružio je firmama optimalan dugoročni odgovor - kako uz klasični pristup, efektivno primijeniti i digitalni marketing i prodaju.

Pri tome su tretirani svi značajni aspekti digitalne marketing strategije:

1. **Odabir ciljnih tržišta, kupaca i platformi** za komuniciranje sa istima (kanali digitalne komunikacije) - u ovom slučaju fokus su bile kompanije koje distribuiraju i prodaju

namještaj, poput salona, te dizajneri interijera.

2. **Osnova funkcioniranja svih mehanizama je internet stranica**, koja mora biti u svim svojim dijelovima funkcionalna i višezjezična - kako na početnoj strani tako i kada se radi o informacijama i specifikacijama proizvoda produkata – kao i optimizirana u smislu SEO-a.
3. **Odabir društvenih mreža** koje funkcionalno služe komunikaciji sadržaja o brendu i ponudi na strukturiran način.
4. **Digitalni produkti koji imaju za cilj da ponude kompletnu informaciju u visokokvalitetnoj izvedbi** za

privlačenje kupaca sa ciljnih tržišta (npr. uvođenje interaktivnog planera za kuhinje, 3D foto modeli i sl.)

5. **Uspostavljanje direktne komunikacije sa potencijalnim kupcima** - prikupljanje podataka (e-mail, društvene mreže) od potencijalnih kupaca i direktna komunikacija sa personaliziranom ponudom uz oglašavanje i retargetiranje.

Kada dođe do uspostavljanja komunikacije, veoma je bitno imati multijezični tim koji će moći bez ikakvih smetnji komunicirati sa potencijalnim kupcima i na najbolji način predstaviti ponudu.

Svi navedeni koraci trebaju da stvore uvjete za digitalnu komunikaciju kompanije koja će biti korištena kao jedno od osnovnih načina komunikacije kompanije sa ciljnim kupcima te redovno optimizirana i ažurirana.

Projekat „FurniDigit” je kroz pomenute aktivnosti postigao osnovni cilj da upozna našu industriju namještaja sa mogućnostima digitalnog marketinga, ali i da podstakne ulaganje u znanja koja bi pomogla da se visokokvalitetni bosanskohercegovački proizvodi i brendovi na pravi način digitalno „dočaraju” stranim kupcima.

*Lejla Međedović*

## Namještaj iz BiH na sajmu Imm 2022

Nakon godinu dana pauze uzrokovane pandemijom, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine nastavlja sa aktivnostima podrške bh. kompanijama za izlaganje na Međunarodnom sajmu namještaja i interijera Imm 2022 u Kelnu, Njemačka.

Tako je već izvršena prijava prostora i završen proces poziva i selekcije izlagača za grupni štand Bosne i Hercegovine na ovom sajmu koji će se održati od 17. do 23. januara 2022. godine.

Intenzivne pripreme nastupa nastavljaju se u jesen, kada će biti izvršena formalna prijava bh. firmi na sajmu te upis u online katalog izlagača.

Na štandu Bosne i Hercegovine na predstojećem sajmu Imm 2022 nastupit će sljedeće kompanije: DOMUS ARREDI d. o. o. Zenica, MALAK JANJ d. o. o. Donji Vakuf, RAMEX d. o. o. Kladanj, ROCCAFORTE d. o. o. Vitez, SENEX d. o. o. Čelić, SHUMA d. o. o. Sarajevo, te SMARVET d. o. o. Ključ.



# Presjek stanja u duvanskoj industriji BiH i strateške smjernice revitalizacije

Dana 15. 6. 2021. godine u prostorijama Spoljnotrgovinske komore Bosne i Hercegovine uspješno je realizovan okrugli sto organizovan u cilju predavljanja elaborata „Presjek stanja u duvanskoj industriji BiH i strateške smjernice revitalizacije“

Okruglom stolu su prisustvovali predstavnici članica Odbora Grupacije organizatora proizvodnje duvana BiH (Duvan a. d. Bijeljina, Duhan d. d. Gradačac), predstavnici Fabrike Duhana Sarajevo, Udruge DH ravnjak, Philip Morris BH d. o. o., kao i predstavnici nadležnih institucija, Ministarstva spoljne trgovine i ekonomskih odnosa BiH, Uprave za indirektno oporezivanje BiH, entitetskih ministarstava poljoprivrede te entitetskih privrednih komora i Federalnog agromediterranskog zavoda Mostar.

Dugogodišnji problemi prisutni u duvanskoj industriji, naglašavanje potrebe za izmjenama i dopunama tre-

nutnog zakonodavstva u cilju osnaženja domaće proizvodnje duvana, kao i smanjenje sivog tržišta bili su povod da u proteklih nekoliko mjeseci stručni tim okupljen u Spoljnotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine izradi navedeni elaborat

Elaborat obuhvata analitički i komparativni pregled poreza na duvanske proizvode te presjek stanja u duvanskoj privredi u BiH.

Takođe, tri poglavlja elaborata su posvećena detaljnim analizama koje su izrađene na osnovu raspoloživih, zvaničnih podataka te na osnovu samostalnih istraživanja, i to:

a) Analiza primarne proizvodnje i or-

ganiziranog otkupa u periodu 2010-2020. godine;

b) Analiza nelegalnog tržišta BiH - gubici budžeta za trogodišnji posmatrani period (2018-2020.);

c) Analiza zakonodavno-pravnog okvira akciza u EU sa komparativnom analizom okvira u BiH u ovom segmentu.

Na osnovu navedenih analiza, analitičkih, statističkih i komparativnih podataka sačinjen je i prijedlog rješenja, kao i pregled i prijedlog zaključaka po svakom analiziranom poglavlju elaborata, čiji sažetak dostavljamo u nastavku teksta.

## SAŽETAK ELABORATA

Porezi na duvanske proizvode svugdje u svijetu igraju veoma veliku ulogu u generisanju budžetskih prihoda, a samim time i finansiranju određenih javnih po-









# Preliminarni pokazatelji prijevoza putnika u 2020/2019.

**Značajan pad svih pokazatelja u cestovnom, željezničkom i zračnom saobraćaju u 2020. godini uzrokovan je pandemijom COVID-2019**

Stanje u djelatnosti autobusnog cestovnog prijevoza putnika je od 2012. godine u stalnom postepenom padu izazvanom brojnim faktorima na koje prijevoznici nemaju utjecaja. Neki od njih su: značajno povećanje stepena motorizacije, neadekvatna transportna legislativa, nelojalna konkurencija, povećanje transportnih troškova, stimuliranje drugih vidova prijevoza naročito avioprijevoza kroz budžetsku bonifikaciju aerodromskih naknada i taksi, zastarjeli vozni park, nepostojanje stimulacije nabavke novih ekološko prihvatljivih autobusa i sl.

Nažalost, stanje za bosanskohercegovačke autobuske cestovne prijevoznike u 2020. godini se ekstremno pogoršalo zbog pandemije COVID-19. Problemi prijevoznika koji su već postojali nisu se rješavali, a problemi uzrokovani

pandemijom doveli su ih u bezizlaznu situaciju, uz veliku mogućnost da značajan broj prijevoznika u 2021. godini ode u stečaj i likvidaciju. Usporedni statistički podaci za 2020, u odnosu na 2019. godinu, su neumoljivi i pokazuju pad pređenih kilometara od 53,60%, pad prevezenih putnika od 53,90%, pad transportnog rada kao najrealnijeg podatka za analizu od čak 58,80% tebroja registriranih autobusa od 18,90%, dok je 83% registriranih autobusa starije od 10 godina.

Pomoć koju su prijevoznici dobili od entitetskih i kantonalnih nivoa vlasti za prevazilaženje posljedica pandemije djelimično je ublažila negativne ekonomske posljedice za prijevoznike, odnosno samo je produžila agoniju u kojoj se nalaze. Navedena sredstva prijevoznici su uglavnom uložili u zadržavanje zaposlenih, a morali su u potpunosti odustati od razvojnih projekata.

Posljedice navedenog stanja otklanjat će se godinama, a bez značajne državne pomoći u djelatnosti cestovnog prijevoza neće biti moguć oporavak prijevoznika te postoji mogućnost refleksije stanja djelatnosti autobusnog cestov-

nog prijevoza putnika na ostale grane privrede, sa nesagledivim posljedicama po cjelokupno bosanskohercegovačko društvo.

## Cestovni prijevoz putnika

U 2020. godini je pređeno putničkih kilometara u ukupnoj vrijednosti od 713.777.000 km, što je za 1.018.703.000 km ili 59% manje u odnosu na 2019. godinu.

Prevezeno je za 7.577.000 ili 54% manje putnika u odnosu na 2019. godinu, tako da je u 2020. godini prevezeno 6.476.000 putnika. (Tabela 1)

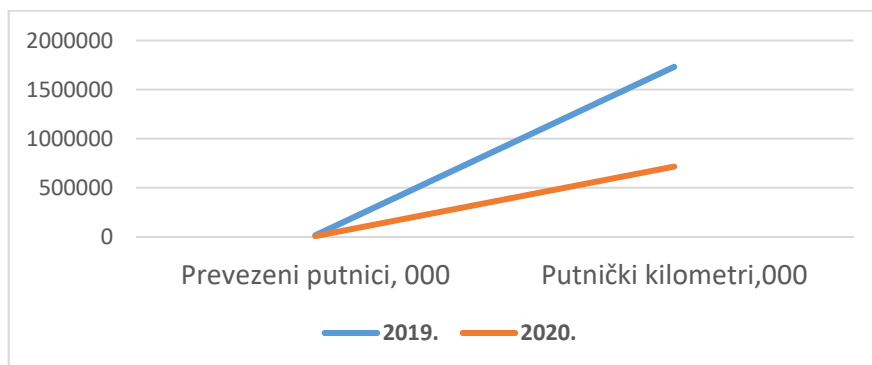
## Gradsko-prigradski prijevoz putnika

U prošloj godini je značajno smanjena upotreba gradskog i prigradskog prevoza putnika, tako da je u ovom području pređeno 45.249.000 km vozila, što je manje za 18.022.000 km vozila, odnosno 28% manje u odnosu na 2019. godinu.

Istovremeno je značajno smanjen



<b>TABELA 1. Cestovni prijevoz putnika</b>	2019.	2020.
Pređeni kilometri vozila, 000	95.774	44.406
Prevezeni putnici, 000	14.053	6.476
Putnički kilometri, 000	1.732.480	713.777



<b>TABELA 2. Gradsko-prigradski prijevoz</b>	2019.	2020.
Pređeni kilometri vozila, 000	63.271	45.249
Prevezeni putnici, 000	122.004	81.012

<b>TABELA 3. Željeznički prijevoz putnika</b>	2019.	2020.
Prevezeni putnici, 000	657	181
Putnički kilometri, 000	55.533	14.166

Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, podatke obradio Sektor za makroekonomski sistem VTKBiH

broj prevezenih putnika. Prevezeno je 81.021.000 putnika, što je manje za 40.992.000 putnika ili 34% u odnosu na broj prevezenih putnika u 2019. godini. (Tabela 2)

### Željeznički prijevoz putnika

U željezničkom prijevozu putnika je u 2020. godini prevezeno 181.000 putnika koji su prešli 14.166.000 putničkih

kilometara. Ovakvi pokazatelji govore da je upotreba i željezničkog prijevoza putnika u istom periodu mnogo smanjena i, u poređenju sa prethodnom godinom, predstavlja razliku/smanjene od 476.000 putnika ili smanjenje od 72%, odnosno smanjenje od 41.367.000 putničkih km ili 74% manje pređenih putničkih kilometara. (Tabela 3)

### Granični promet putnika

Analizirajući granični promet putnika evidentan je pad ukupnog graničnog prometa, što je rezultat smanjenja i domaćih i stranih putnika na graničnim prijelazima.

Smanjen je ukupan izlaz iz BiH za 14.382.741 putnika, što predstavlja smanjenje od 54% u odnosu na izlaze iz 2019. godine.

Ukupan broj ulazaka u BiH je smanjen za 14.252.101 putnika, što predstavlja smanjenje od 54% u odnosu na prethodnu godinu.

U 2020. godini je evidentirano 12.077.732 izlazaka putnika iz BiH i 12.073.866 ulazaka putnika u BiH.

Evidentan je veći broj ulazaka i izlazaka stranih u odnosu na domaće putnike, tako da je u prošloj godini u BiH ušlo 7.306.175 stranih putnika (manje za 9.259.076 putnika ili 56% u odnosu na 2019. godinu), a istovremeno izašlo njih 7.239.206 (manje za 8.902.453 ili 55% u odnosu na 2019. godinu).

Smanjen je broj ulazaka i izlazaka i domaćih putnika. U prošloj godini je evidentiran ulazak 4.767.691 domaćih putnika (manje za 4.993.025 ili 51% u odnosu na 2019. godinu). Istovremeno je iz BiH evidentiran izlazak za 4.838.526 domaćih putnika (manje za 5.480.288 ili 53%).

U graničnom prijelazu putnika vrijednosno najveće učešće ima cestovni granični prijevoz.

<b>TABELA 4. Granični promet putnika</b>	2019.		2020.	
	Ulaz	Izlaz	Ulaz	Izlaz
Ukupan granični promet	26.325.967	26.460.473	12.073.866	12.077.732
domaći putnici	9.760.716	10.318.814	4.767.691	4.838.526
strani putnici	16.565.251	16.141.659	7.306.175	7.239.206
cestovni granični promet putnika	25.379.051	25.493.542	11.811.876	11.810.383
domaći putnici	9.443.031	9.989.784	4.620.869	4.715.282
strani putnici	15.936.020	15.503.758	7.191.007	7.095.101
željeznički granični promet	6.532	7.078	4.022	4.067
domaći putnici	3.102	3.314	2.173	2.227
strani putnici	3.430	3.764	1.849	1.840

Izvor: Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine, podatke obradio Sektor za makroekonomski sistem VTKBiH



**TABELA 6. Pregled odjava zaposlenih u FBiH u 2019. godini po mjesecima**

2019. godina	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Ukupno
Željeznički prijevoz putnika međugradski	10	5	4	6	10	6	6	47
Gradski i prigradski kopneni prijevoz putnika	62	62	63	52	40	36	67	382
Taksi služba	47	47	44	42	45	58	61	344
Ostali kopneni prijevoz putnika	94	70	73	74	73	65	70	519
Zračni prijevoz putnika	1	3	5	4	2	1	18	34
Ukupno/mjesec	214	187	189	178	170	166	222	1.326

Izvor: Poreska uprava FBiH, podatke obradio Sektor za makroekonomski sistem u VTK/STK BiH

**TABELA 7. Pregled odjava zaposlenih u FBiH u 2020. godini po mjesecima**

2020. godina	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Ukupno
Željeznički prijevoz putnika međugradski	1	6	4	6	3	1	4	59	6	2	3	6	101
Gradski/prigradski kopneni prijevoz putnika	59	63	113	110	149	83	164	63	62	55	24	115	1.060
Taksi služba	55	66	176	101	40	41	150	78	53	49	60	55	924
Ostali kopneni prijevoz putnika	57	78	241	55	84	124	1	1	49	52	43	48	833
Zračni prijevoz putnika	1	2	4	1	0	3	8	0	17	0	0	0	36
Ukupno/mjesec	173	215	538	273	276	252	327	201	187	158	130	224	2.954

Izvor: Poreska uprava FBiH, podatke obradio Sektor za makroekonomski sistem u VTK/STK BiH

## TRŽIŠTE RADA Federacija BiH

Prema pregledu odjava u FBiH, odjava zaposlenih u sektoru prijevoza putnika u 2019. godini nije bilo do juna pa se broj odjava od juna do kraja 2019. godine kretao od 166 do 222, što predstavlja prosjek od 189 odjava u posmatranom periodu na mjesečnom nivou (Tabela 6)

Najveći broj odjava je zabilježen pod šifrom 49.39. - Ostali kopneni prijevoz putnika (519 odjave), zatim šifrom 49.31 - Gradski i prigradski kopneni prijevoz putnika (382 odjave) i šifrom 49.32 - Pružanja taksi usluga - (344 odjave).

Analizirajući strukturu odjava po mjesecima, najveći broj odjava je evidentiran u decembru 2019. godine (222

odjave) uslijed velikoj povećanja odjava u djelatnostima gradskog i prigradskog kopnenog prijevoza putnika i taksi službe.

Ukupan broj odjava u 2019. godini je 1.326.

U 2020. godini su u svakom mjesecu zabilježene odjave, a najviše u martu kao periodu strogog lockdowna (538 odjava) i julu (327 odjava). Posmatrano po djelatnostima, najviše odjava je evidentirano u gradskom i prigradskom kopnenom prijevozu i u uslugama taksi službi (Tabela 7).

U odnosu na 2019. godinu, broj odjava je porastao za 1.628 ili 123%,

tako da su u 2020. godini evidentirane 2.954 odjave.

Predstavljeni pokazatelji su u velikoj mjeri posljedica utjecaja pandemije. Podaci nam potvrđuju da je u 2019. godini postojala stabilnost i održivost ove uslužne grane te da su podaci u 2020. godini znatno lošiji zbog „pandemijskog vala“ koji je bio popraćen jako ostrim mjerama i rezultirao velikim ekonomskim udarcem na sektor usluga.



# Sarajevska pivara - najstariji industrijski pogon u BiH

**Malo ko je mogao davne 1864. godine pretpostaviti da će proizvodni objekt izgrađen u Sarajevu ostati i opstati kao najstariji industrijski pogon u BiH**

**H**istorija Sarajevske pivara je već 157 godina ispisana brojnim zanimljivostima, uspjesima, lijepim, ali i manje lijepim trenucima. Sarajevska pivara je jedina pivara u Evropi koja je bez prekida radila u okviru Osmanske i Austro-Ugarske

Carevine, kao što je radila i tokom svih kasnijih političkih perioda i država koje su postojale na teritoriji BiH, sve do današnjih dana. Kao jedan od uspjeha izdvaja se podatak da je 1907. Sarajevska pivara postala najveći proizvođač piva na području velike Austro-Ugarske Carevine te da je nakon toga u svom sastavu imala i proizvodne pogone u različitim gradovima bivše Jugoslavije. Proizvodnja nije prestajala ni tokom dva svjetska rata, a 1991. godine Pivara je svrstana među četiri vodeće pivare na području bivše Jugoslavije.

Danas je Sarajevsko, najpoznatiji brend Sarajevske pivare, među tri najpoznatija pivarska brenda u BiH, a po izboru bh. trgovaca ovo pivo spada u kategoriju *must have* proizvoda.

## Jedini muzej pivarstva u BiH

U zgradi Sarajevske pivare, koja je zaštićeni historijski objekt, smješten je jedini muzej pivarstva u našoj zemlji. U ovom muzeju je prikazan razvoj pivarske industrije u BiH od 1864. godine, kada je i osnovana Sarajevska pivara. Izložba je sačinjena od izuzetno zanimljivih ekspozicija - mnoštva proglašenja, novinskih članaka, reklamnih materijala i kalendara. Posjetiteljima će sigurno zanimljive biti četiri originalne boce Sarajevskog piva iz Austro-Ugarskog perioda, tačnije sa kraja 19. vijeka, ili bure Sarajevske pivare iz Drugog svjetskog rata.



### Voda s vlastitog izvora

Čista, izvorska, neprerađena voda danas postaje sve veća rijetkost. Sarajevska pivara je jedna od rijetkih u regionu koja ima vlastiti izvor vode, smješten u podnožju planine Trebević, na lokaciji gdje se nalazi Pivara. Iz ovog izvora, s dubine od 297 metara, Sarajevska pivara crpi vodu koja ima nepromijenjene fizičko-hemijske osobine koje imaju blagotvoran učinak na ljudski organizam. Voda iz izvora Sarajevske pivare je izuzetno stabilnog kvaliteta, ima stalan, nepromijenjen i izbalansiran omjer minerala, zbog čega je pogodna za neograniče-

nu konzumaciju kod svih uzrasta. Ova voda ima i povišenu temperaturu podzemnih voda u rasponu od 13 do 14,9 °C što joj, sa geološkog stanovišta, daje karakter termalne vode.

Izuzetan kvalitet Sarajevskog kombinacija je pivarske tradicije koju Sarajevska pivara njeguje još od 1864. godine i moderne tehnologije. Sarajevsko se proizvodi od pažljivo odabranih prirodnih sastojaka. Posvećenost, iskustvo i ljubav prema pivu te poštivanje tradicionalnih, starih načina kuhanja piva omogućili su da kvalitet Sarajevskog traje stoljećima, a

dokaz su i mnogobrojna svjetska priznanja i nagrade.

Međutim, priča o Sarajevskoj pivari nije samo priča o proizvodnim uspjesima. Priča je to i o razvoju domaće ekonomije, kulture i sporta kojima Sarajevska pivara direktno doprinosi duže od stoljeće i pol.

I na kraju, kao najvažniji dio priče, neizostavne su generacije zaposlenika koji su radili i koji još uvijek rade u Sarajevskoj pivari održavajući tradiciju koja je zlatnim slovima upisana u historiju Bosne i Hercegovine.



Osim piva, u Sarajevskoj pivari se proizvodi i flaširana voda i sokovi. U njoj su smještene četiri moderne punionice za limenke, staklenu i PET ambalažu. Proizvodi Sarajevske pivare se trenutno izvoze u Hrvatsku, Sjevernu Makedoniju, Sloveniju, Švedsku, Švicarsku i Austriju.

Sarajevska pivara odlično saraduje s Vanjskotrgovinskom BiH i članica je Grupacije proizvođača piva u okviru ove institucije.

# Sigurnost i bezbjednost



**Uspjeh razvoja digitalne ekonomije u Evropi u velikoj mjeri ovisi o uspješnoj evropskoj strategiji podataka. Parlament je naglasio potencijal industrijskih i javnih podataka za kompanije i istraživače iz EU i pozvao na evropske podatkovne prostore, infrastrukturu velikih podataka i zakone koji će doprinijeti pouzdanosti**

**N**a nedavno održanom skupu u Neumu posvećenom segmentu sigurnosti i bezbjednosti u turizmu imali smo prilike govoriti o temama koje su vezane za digitalnu transformaciju ovog sektora i tome kako digitalna ekonomija, i digitalno uopšte, može pomoći sektoru sigurnosti i bezbjednosti.

Pošto našu svakodnevnicu čine pokušaji da se približimo Evropskoj uniji, i postanemo njena punopravna članica, važno je naglasiti da često zaboravljamo uraditi prve korake kojima se definišu svi ostali pravci i koraci na tako zacrtanim putevima.

No krenimo redom i upoznajmo se sa kvalifikacijama programa Digitalna Evropa koje su vezane za temu našeg teksta. U aprilu 2021. godine Parlament EU je usvojio program Digitalna Evropa, prvi finansijski instrument Unije posebno fokusiran na istraživanje i implementaciju upotrebe tehnologije u preduzećima i među ljudima. Cilj Programa je ulagati u digitalnu infrastrukturu kako bi strateške tehnologije mogle pomoći u jačanju evropske konkurentnosti i zelene tranzicije, kao i osigurati tehnološku suverenost.

Predviđeno je ulaganje od 7,6 milijardi eura u pet područja: superračunarstvo (2,2 milijarde eura), vještačka inteligencija (2,1 milijarda eura), kibernetička sigurnost (1,6 milijardi eura), napredne digitalne vještine (0,6 milijardi eura) i osiguravanje široke upotrebe digitalnih tehnologija u ekonomiji i društvu (1,1 milijarda eura). Sve navedene teme ćemo predstaviti u narednim brojevima magazina, a ovaj put se fokusiramo na kibernetičku sigurnost.

Kako je digitalna transformacija sazdana od korelacija, komunikacije, transparentnosti, jasnoće i nedvosmislenosti, interoperabilnosti, jednoznačnosti itd. tako i mi moramo uvesti neke definicije kako bismo shvatili suštinu našeg rada. Problem koji smo razmatrali, prijevod riječi SAFETY i SECURITY, nije jedinstven za naše podneblje zbog nepostojanja riječi. Dapače, mi smo jedinstveni jer se odričemo riječi koje su dio našeg rječnika, riječi bezbjednost i sigurnost. Svakako to nisu sinonimi, kao što ni u engleskom safety i security nisu sinonimi, kao što u našem bogatom jeziku postoje velike razlike između ljubavi i voljenja, za razliku od Engleza koji imaju samo „jednu riječ“

koja je nekada glagol a nekada imenica. Voljeti je glagol i traži požrtvovanje, rad i ulaganje u nekoga radi ljubavi, koja je imenica, emocija.... No, vratimo se na temu sigurnosti i bezbjednosti.

Recimo, možemo naći primjere da ni njemački jezik ne poznaje ova dva pojma potpuno odvojeno i često se tumači samo jednim izrazom - Sicherheit. Tokom našeg rada na projektima FP7 - SPARTACUS i HORIZONT 2020 - PROJEKT ASTRACHOM, naše kolege iz Njemačke, Austrije i Švicarske su insistirale na tome da koristimo englesku terminologiju, Safety i Security, koja je udomaćena u njemačkom, jer je jedino tako moguće napraviti kvalitetne pripreme u oblastima gdje je tema tanka linija između života i smrti. Također, tokom rada sa partnerom iz Norveške imali smo plodnu diskusiju o upotrebi norveške riječ sikkerhet koja se prevodi i kao security i kao safety. Stoga bi Norvežanima moglo biti zbujujuće razlikovati ove termine, jer ove riječi zapravo ne postoje u norveškom jeziku. U nedavnim istraživanjima određene grupe istraživača s norveškog Univerziteta za tehnologiju i nauku (NTNU) izdvojile su dvije riječi u norveškom jeziku, rekav-

ši da je sigurnost zaštita od namjernih incidenata, a bezbjednost je zaštita od nenamjernih incidenata (Hovden, 1998; Skavland Idsø i Mejdell Jakobsen, 2000).

## Bezbjednost i sigurnost

Postoje dva malo različita značenja bezbjednosti (Wikipedia 2018, pojam Safety). Naprimjer, bezbjednost u kući može ukazivati na sposobnost zgrade da štiti od vanjskih štetnih događaja (poput vremenskih prilika, upada u kuću itd.), ali može ukazivati na to da su njene unutrašnje instalacije (poput uređaja, stepenica itd.) bezbjedne (nisu opasne ili štetne) za njene stanovnike. Rasprave o bezbjednosti često uključuju spominjanje povezanih pojmova. Sigurnost je sličan pojam. U razradi pojma koristimo da je bezbjednost uslov stalnog stanja organizacije ili mjesta koje radi ono što bi trebalo da radi. U tom kontekstu izraz „što bi trebalo da radi“ definisan je u smislu javnih kodeksa i standarda, povezanih arhitektonskih i inženjerskih dizajna, korporativne vizije i izjave misije, operativnih planova i kadrovske politike. Za svaku organizaciju, mjesto ili funkciju, veliku ili malu, bezbjednost je normativni koncept. U skladu je s definicijama onoga što se očekuje i prihvatljiv za pojedine situacije (Charles G. Oakes, PhD, Blue Ember Technologies, LLC. "Safety versus Security in Fire Protection Planning Archived 2012-03-13 at the Wayback Machine," The American Institute of Architects: Knowledge Communities, May 2009. Retrieved on June 22, 2011). Koristeći ovu definiciju, zaštita kuće od vanjskih prijetnji i zaštita od unutrašnjih kvarova u strukturi i opremi, kao što smo opisali u primjeru ranije, nisu dvije vrste bezbjednosti, već dva aspekta ustaljenog stanja kuće.

U svijetu svakodnevnih poslova ne ide sve kako je planirano i često je pripremno stanje nekog entiteta dovedeno u pitanje. Time ulazimo u nauku o sigurnosti, koja je novijeg datuma u odnosu na bezbjednost. Polazeći od definicije bezbjednosti, nalazimo da je sigurnost procesa ili sredstva, fizička ili ljudska, za odgađanja, sprečavanja i na drugi način uspostave ili sprovođenja zaštite od vanjskih ili unutrašnjih oštećenja, opasnosti, gubitaka, kriminalaca i drugih pojedinaca ili radnji koje prijetite, sprečavaju ili uništavaju stabilno stanje organizacije.

Sigurnost je oslobođenost od potencijalne štete ili otpornost na nju (ili drugu neželjenu prisilnu promjenu) koju uzrokuju drugi. Korisnici (tehnički referenti) sigurnosti mogu biti osobe i društvene grupe, objekti i institucije, ekosistemi ili bilo koji drugi subjekat ili fenomen koji je izložen neželjenim promjenama u okolini. Izbjeglice koje bježe od rata i nesigurnosti u Iraku i Siriji stižu na ostrvo Lesbos, a podržali su ih španski dobrovoljci 2015. godine. Taj proces je bezbjednosna prijetnja po stanovnike Evrope jer migranti nose bolesti kojih nisu ni svjesni, dok je sa sigurnosne strane problem da se među migrantima nalaze radikalizovane osobe koje su spremne na teror i slične aktivnosti.

Sigurnost se uglavnom odnosi na zaštitu od neprijateljskih sila, ali ima širok spektar drugih značenja, naprimjer: kao izostanak štete (npr. sloboda od želje); kao prisutnost osnovnog dobra (npr. sigurnost hrane); kao otpornost na potencijalnu štetu ili štetu (npr. sigurni temelji); kao tajnost (npr. sigurna telefonska linija); kao zadržavanje (npr. sigurna soba ili ćelija); kao stanje uma (npr. emocionalna sigurnost).

Izraz se također koristi za radnje i sisteme čija svrha može biti pružanje sigurnosti (npr. sigurnosne snage, zaštita, kibernetički sigurnosni sistemi, sigurnosne kamere, daljinsko čuvanje).

## Sigurnost na mreži i ekonomija platformi

U BiH još nije zaživjela, ali u Evropi kao i diljem svijeta postoji nova poslovna grana zasnovana na internet-skim platformama, koje su danas važan dio ekonomije i života ljudi. iPlatforme predstavljaju značajne kapacitete kao posebno tržište (svoga i svačega) i važni su komunikacijski kanali između klijenata i davaoca usluga ili proizvoda. Iako postoje, iPlatforme nisu nimalo naivna pojava te svojim modelom rada i prirodom transakcija predstavljaju značajne izazove za današnje regulatore i zakonodavce. Ovaj proces je dobro prepoznala EU pa je u ovoj godini Unija počela raditi na novom zakonodavstvu o digitalnim uslugama, s ciljem poticanja konkurentnosti, inovacija i rasta, istovremeno pojačavajući internetsku sigurnost, rješavajući ilegalne sadržaje i osiguravajući zaštitu slobode govora, slobode medija i demokratije.

U posebnom tekstu ćemo se posvetiti iPlatformama i novoj radnoj snazi u digitalnoj ekonomiji.

U dosadašnji radovima, Parlament EU je, među mjerama za osiguravanje sigurnosti na mreži, usvojio nova pravila za sprečavanje širenja terorističkih sadržaja na mreži u aprilu 2021. Članovi Parlamenta razmatraju i pravila o novom evropskom centru za kibernetičku sigurnost, a u maju 2021. godine evroparlamentarci su podržali novi Evropski centar i mrežu za kibernetičku sigurnost koji će povećati evropski kapacitet u borbi protiv kibernetičkih prijetnji.

## Politike i nove strategije u korist digitalne ekonomije

Svjedoci smo da Evropska unija radi na različitim frontovima promovišući kibernetičku bezbjednost i sigurnost, štiteći komunikaciju i podatke i održavajući internet društvo i digitalnu ekonomiju sigurnim i bezbjednim prostorom.

Nova Strategija EU za kibernetičku sigurnost je donesena krajem 2020. godine. Strategija pokriva sigurnost osnovnih usluga poput bolnica, energetskih mreža i željeznica, ali pokriva i sve veći broj povezanih predmeta u našim domovima, kancelarijama i tvornicama. Fokus je stavljen na izgradnju kolektivnih sposobnosti za odgovor na glavne kibernetičke napade i rad sa partnerima širom svijeta kako bi se osigurala internacionalna bezbjednost, sigurnost i stabilnost u cyber prostoru. U Strategiji je navedeno da Zajedničke internet snage mogu osigurati najefikasniji odgovor na kibernetičke prijetnje koristeći kolektivne resurse i stručnosti dostupne EU i državama članicama. Ovo je posebno važno za sektore koji su kritični i za naše društvo. Direktiva NIS (Directive on security of network and information systems), koju su sve zemlje obavezne sprovoditi, osigurava stvaranje i saradnju državnih organa zaduženih za sigurnost i bezbjednost digitalne infrastrukture. Ova je direktiva revidirana krajem 2020. Rezultat je stvaranje ENISA (Agencija Evropske unije za mrežnu i informacijsku sigurnost) - agencije EU koja se bavi kibernetičkom sigurnosti. Agencija pruža podršku državama članicama, institucijama EU i preduzećima u ključnim oblastima, uključujući primjenu NIS direktive. Da



bi se isto moglo sprovoditi usvojen je Zakon o kibernetičkoj sigurnosti koji jača ulogu ENISA-e. Agencija sada ima stalni mandat i ovlaštena je da doprinosi jačanju operativne saradnje i upravljanja krizama u cijeloj EU. Također ima više finansijskih i ljudskih resursa nego ranije. Posebno je važno znati da u domenu saradnje sa ENISA-om mora postojati nacionalno tijelo koje se bavi istim ili sličnim poslovima na nivou zemlje.

Shodno rečenom, digitalna ekonomija i mi u digitalnoj ekonomiji možemo dobro funkcionisati samo ako postoji jasno i nedvosmisleno povjerenje javnosti u cyber sigurnost IKT proizvoda i usluga. Važno je dokazati da je proizvod provjeren i certifikovan u skladu sa visokim standardima kibernetičke sigurnosti. Trenutno postoje razne šeme sigurnosnih certifikata za IT proizvode širom EU, ali je strategija imati jedinstvenu zajedničku šemu za certifikovanje, u čijem je središtu ENISA. I u ovom domenu BiH nema adekvatno izgrađenu infrastrukturu na nivou agencija za sprovođenje zakona i zaštitu.

Poseban domen predstavlja istraživanje digitalne sigurnosti, što je ključno za izgradnju inovativnih rješenja koja

trebaju zaštititi od najnovijih, najnaprednijih cyber prijetnji. U tom duhu, a u programu Horizon Europe za period 2021-2027., kibernetička sigurnost dio je klastera „Civilna sigurnost za društvo“. Kao primjer kako je moguće raditi, a za šta imamo sve potrebne aktere i zainteresovane strane, navodi se da je 2016. godine uspostavljen ugovor javno-privatnog partnerstva o kibernetičkoj sigurnosti između Evropske komisije i Evropske organizacije za kibernetičku sigurnost (ECSSO), udruženja koje se sastoji od članova iz cyber industrije, akademske zajednice, javne uprave i još mnogo toga.

Digitalnu sigurnost možemo osigurati samo ako imamo stručnjake sa pravim znanjem i vještinama, a trenutno ih nema dovoljno. Zbog toga Komisija poduzima mjere da stimuliše razvoj vještina kibernetičke sigurnosti. U ovom segmentu je u BiH tek moguće naći nekih stotinjak eksperata iz ove oblasti, a žalosno je da ni na jednom univerzitetu ne postoji školovanje u ovoj oblasti za dobijanje zvanja sigurnosnog inženjera.

Sa druge strane, Komisija EU je pripremila poziv za koherentan okvir za podučavanje vještina kibernetičke sigurnosti na univerzitetskom i profesionalnom nivou.

## Kibernetički kriminal

Danas je neobično govoriti o običnim kriminalcima u kontekstu razvijenog svijeta, jer to su sve više osobe obučene za napade na kibernetičku infrastrukturu, na iznude novca zbog postavljanja opasnih sadržaja na mreže i slično. Današnji obični kriminalci koriste kibernetičke napade koji prijete svim građanima, posebno u EU. BiH je, na žalost ili radost, pošteđena nekih od ovih situacija, ali ubrzo ćemo biti na vjetrometini jer nema izgrađene kapacitete za vrijeme koje dolazi. U EU je Odjel za migracije i unutrašnje poslove Komisije taj koji nadgleda i ažurira zakon EU o kibernetičkom kriminalu i podržava kapacitete za provođenje zakona. U ovom kontekstu parlamentarne grupe Komisije također saraduju sa Evropskim centrom u borbi protiv cyber kriminala u Evropu.

## Cyber diplomatija

Ovo je jedan od nama potpuno nepoznatih pojmova koje prvi put koristimo u našim regularnim domenima života. Međutim, naš digitalni raskorak je upravo i vidljiv na ovim pojmovima,



jer mi nemamo nikakva adekvatan odgovor na postojanje ovakvih novih aktivnosti i radnih mjesta. EU čini ogromne napore da se zaštiti od cyber prijetnji izvan svojih granica. Kao dio toga, Komisija saraduje sa Evropskom službom za vanjsko djelovanje i državama članicama na provedbi zajedničkog diplomatskog odgovora na zlonamjerne cyber aktivnosti, što predstavlja „alat za cyber diplomatiju“. Cyber diplomatija uključuje diplomatsku saradnju i dijalog te veoma širok spektar preventivnih mjera protiv kibernetičkih napada i sankcija protiv onih koji su uključeni u kibernetičke napade koji prijete EU. Posebno je ovo vidljivo u sektoru izbora i promjene koje su vidljive nakon pobjede Trumpa, tzv. uloge Rusije te borbe protiv sličnih dešavanja u Francuskoj i Nizozemskoj, kada su kvalitetna priprema i pristup bili od krucijalne važnosti za minimiziranje rezultata cyber ratovanja.

## Odbrana

Kada uporedimo bh. vojne snage sa bilo kojim vojnim kapacitetima u regionu ili svijetu, ugledaćemo jedan nesrazmjer u investicijama i sprovođenju dobrih praksi. Bosanskohercegovačke vojne snage su zapostavljene iako su osnovni stub odbrambene politike BiH. Pored toga što vojne snage stalno zastarjevaju u konvencionalnom naoružanju, činjenica je da uopšte ne postoji niti jedan segment koji je pandan digitalnoj verziji ratovanja ili onome šta može BiH očekivati u ratovima koji će biti vođeni. BiH ne posjeduje niti jednu pametnu letjelicu niti ima planove za njihovo uvođenje. Zato EU saraduje u odbrani u cyber prostoru kroz aktivnosti Evropske odbrambene agencije, kao i ENISA, NATO-a, Europol i Generalnog direktorata u Komisiji odgovornoj za odbrambenu industriju.

*Haris Hadžialić,  
direktor Global GPS BH*

## Za više informacija pogledati:

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20210414STO02010/digital-transformation-importance-benefits-and-eu-policy>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cybersecurity-policies>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/artificial-intelligence-in-the-eu/20210218STO98124/european-strategy-for-data-what-meps-want>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/digital-transformation/20210211STO97614/big-data-definition-benefits-challenges-infographics>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/artificial-intelligence-in-the-eu/20201015STO89417/ai-rules-what-the-european-parliament-wants>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/security/20190919STO61425/meps-approve-removal-of-online-terrorist-content-within-an-hour>

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package>

[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2018/0227\(COD\)&l=en](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2018/0227(COD)&l=en)

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/eu-s-long-term-budget/20210422STO02652/horizon-europe-how-the-eu-invests-in-science-infographics>

<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20210204IPR97127/put-digital-skills-at-the-heart-of-education-and-training-policies>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cybersecurity-strategy>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/nis-directive>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/cybersecurity-certification-framework>

<http://https://ecs-org.eu/cppp>

<http://ec.europa.eu/inea/en/connecting-europe-facility/cef-telecom/apply-funding/2019-cybersecurity>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/digital-programme>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-cybersecurity-competence-network-and-centre>

<http://data.europa.eu/eli/reco/2017/1584/oj>

<http://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20190404IPR35103/eu-member-states-test-cybersecurity-preparedness-for-free-and-fair-eu-elections>

<http://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/cybersecurity-our-digital-anchor>

<http://ec.europa.eu/futurium/en/Women4Cyber>

<http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-13007-2017-INIT/en/pdf>

<http://www.eda.europa.eu/info-hub/press-centre/latest-news/2019/11/29/cyber-agencies-assess-future-cooperation-opportunities>

<http://webgate.ec.europa.eu/europeaid/online-services/index.cfm?ADSSChck=1580863587704&do=publi.detPUB&orderby=upd&page=1&orderbyad=Desc&searchtype=QS&aoref=140655&nbPubliList=50&userlanguage=en>

# Digitalna transformacija kao pilar razvoja digitalne industrije



**B**osna i Hercegovina je u stalnom pokušaju pridruženja EU. Nije stoga zgorog pogledati šta je potrebno uraditi da bi postali punopravna članica jedne takve asocijacije. Danas možemo reći da je evropska industrija na raskršnici. Iako je domaćin mnogim globalnim liderima u velikom broju oblasti i iako je EU dom milionima malih, mikro i srednjih preduzeća i hiljadama vodećih svjetskih kompanija, još uvijek je stvarno djelovanje u zelenom dogovoru i uspješnim realizacijama digitalnih ambicija sporo i neadekvatno brzini promjena u globalnom miljeu.

DIGITALEUROPE se već 20 godina zalaže za Evropu kao ujedinjen, ambiciozan i prema svijetu okrenut kontinent. Ponosni smo na industrijsku prošlost i želimo vidjeti Evropu koja ponovo postaje lider, koja proširuje industrijske mogućnosti u digitalnoj eri i koja daje mikro, malim i srednjim kompanijama priliku koja im je potrebna za rast kako ovdje, tako i globalno. I pri tome, Evropa mora biti i zeleni lider modernog svijeta.

## Smjernice EU i stanje u BiH

Čitajući dokumente EU, one zvanične Komisije kao i one manje zvanične raznih organizacija i udruženja, shvatio sam da je jedna rečenica uvijek prisutna: „Mi kao mikro, mala i srednja preduzeća moramo igrati veliku ulogu u radu sa evropskim liderima na definisanju zajedničke industrijske strategije – ali i izvršavanju plana. Također, potrebno nam je snažno vodstvo s najviših političkih nivoa EU koje može dovesti države članice zajedno s nama do...“. Pokušao sam naći sličan tekst, pa makar

došao i iz političkih partija, ali...

Dakle, hajdemo vidjeti šta je to EU zamislila da je potrebno uraditi kako bi dostigla digitalnu ekonomiju svijeta:

**PRVO**, a nije potrebno nego je i pod moranjem, povezati različite politike - regulaciju, ulaganje i olakšavanje trgovine, usklađene u jedinstvenoj evropskoj industrijskoj strategiji. Jasni cilj trebao bi biti jačanje digitalno vođene konkurentnosti u sektorima poput proizvodnje, transporta, zdravstva, poljoprivrede, građevine i javnih usluga.

**Kakvo je stanje u BiH:** regulativa, ulaganje i olakšavanje trgovine u jedinstvenoj bosanskohercegovačkoj industrijskoj strategiji. Oni koji kažu da je ovo prenošenje nadležnosti nisu nikada pročitali Dejtonski mirovni sporazum, jer upravo je zajednička aktivnost na nivou BiH jedino i stvarna nadležnost BiH. No nećemo o politici. Poenta je u tome što ni na nivou entiteta ova tri paramtera nisu usklađena. Počnimo redom. Za jednog investitora, a pri tome mislimo na svakog vlasnika firme koji godišnje zanavlja opremu ili podiže nove kapacitete, regulatorni okvir je važan. Posebno je važan segment bankarstva gdje svako od nas udara pod teret rada banaka. U tom segmentu je neusklađenost bankarskog regulatora u odnosu entiteta vidljiv na samo jednom segmentu. Mikrokreditne organizacije koje daju brze kredite su mahom otvarane u entitetu Republika Srpska, jer po njihovom kazivanju, regulator je omogućio njihov rad koji je i nekoliko puta jeftiniji. Drugi primjer je otvaranje računa u banci. U doba digitalne transformacije svega i svačega, regulatori su uveli nove namete na građane tražeći još i više papirnih do-

kumenata, ovjerenih, kao dokaz postojanja. Strani investitor je poslao novac na svoj otvoreni nerezidentni račun u banci u BiH. Nakon nekoliko sedmica novac je registrovan na računu klijenta i on je obaviješten da dođe i izvrši svoju investiciju. Prilikom prijenosa sa računa na račun, nerezidentnog na rezidentni (investicija u projekt firme) banka, odnosno AML oficir, je postavio pitanja o porijeklu novca. Da se razumijemo, pitanja nisu sporna, ali jeste način i vrijeme. Naime, po Zakonu o sprečavanju pranja novca i finansiranja terorističkih aktivnosti, jasno su definirane ove oblasti i nije bankama ostavljena sloboda da rade kako boće i kad hoće. U samom Zakonu je čak definisan i specijalni slučaj zemalja sa malim ili nikakvim rizikom poput EU zemalja. Dakle, da skratimo, sve dok je novac u bakarskim tokovima, podrčunima, transakcijskim računima banaka i slično, banka ima sva prava, ali ne i samo prva već i obaveze da ispita porijeklo imovine ili način stjecanja novca. U slučaju da postoji problem ili čak i sumnja, banka može zaustaviti transakciju ili je usporiti ili tražiti dodatna pojašnjenja. Kada novac legne na račun klijenta, bez obzira bio on rezident ili ne, to je posao suda i SIPEA-e ali ne više i banke. Na osnovu osnovane sumnje, banka mora tražiti akciju SIPA-e, suda ili drugog nadležnog tijela jer je svaka aktivnost nad računom udar na privatnu svojinu. Račun nije račun banke, to je račun osobe koja ga je otvorila i samo i jedino je dala banci da upravlja računom na način koji je propisan zakonom - ništa više niti manje. Dakle, kad je novac na računu, to je kao da je u vašoj sobi, znači da jedino i samo ako banka dobije sudski nalog može blokirati sredstva ili





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



# EDUKACIJE KOMORE

U RAZDOBLJU JULI-SEPTEMBAR 2021. GODINE

## Webinar „Primjena zakona o zaštiti na radu i novih pravilnika iz oblasti zaštite na radu - obaveze poslodavaca“ (juli)

Na webinaru će se prezentirati odredbe Zakona o zaštiti na radu i novih pravilnika iz predmetne oblasti u svjetlu obaveza pravnih lica prilikom primjene Zakona i pratećih pravilnika. Webinar je namijenjen direktorima, inženjerima/radnicima za zaštitu na radu, pravnicima, predstavnicima sindikata, radnicima ovlaštenih organizacija za zaštitu na radu i svima onima koji brinu o sigurnosti i zaštiti zdravlja radnika.

## FIATA škola špedicije (tekući ciklus za školsku 2021. godinu; 4 modula; juli i august)

„FIATA škola špedicije“ je program edukacije namijenjen zaposlenicima kompanija iz oblasti špedicije, logistike, vanjske trgovine, transporta, izvoznicima, uvoznicima i osobama koje žele da se profiliraju u navedenim oblastima. Edukacija se realizira na osnovu akreditacije kod Međunarodnog saveza špediterskih udruženja (FIATA), sa sjedištem u Švicarskoj. Nastavni plan i programa se održava kroz ukupno 14 modula.

## Webinar „Izazov prava konkurencije u uvjetima digitalne ekonomije“ (juli)

U toku webinara učesnici će se upoznati sa izazovima pred kojim se nalazi pravo konkurencije u uvjetima sve veće digitalizacije ekonomskih procesa. Na digitalnom tržištu, privredni subjekti koriste sve dostupne digitalne mogućnosti kako bi se što bolje pozicionirali na tržištu. Za Bosnu i Hercegovinu je posebno značajan prikaz trenda modernizacije prava konkurencije, dilema i prepreka kada je u pitanju zaštita konkurencije na digitalnom tržištu EU.

## EU fondovi za mala i srednja preduzeća (juli i septembar)

Webinar ima za cilj da predstavi nove EU programe za period 2021-2027., prvenstveno grantove (bespovratna sredstva) u okviru IPA3, Horizon Europe i ostalih EU programa, a sa fokusom na prilike za finansiranje privrede i malih i srednjih preduzeća (MSP) u BiH. Učesnici će imati priliku da dobiju analizu prilika za finansiranje koje su im na raspolaganju u narednom periodu. Webinar će omogućiti učesnicima da izaberu odgovarajući izvor finansiranja i da razumiju šta im je neophodno da bi došli do EU sredstava.

Informacije i prijave na:

[www.komorabih.ba](http://www.komorabih.ba)



Prisustvo putem  
Zoom online platforme.

## Upravljanje konfliktnim situacijama (juli)

Cilj treninga je osvijestiti i ponuditi druge moguće načine rješavanja konfliktnih situacija. Ciljana grupa edukacije su sve organizacije i pojedinci koji imaju interes da procjene i unaprijede svoj način upravljanja konfliktima.

## Webinar/seminar „Proces apliciranja na Horizon Europe kroz valorizaciju inovativnog i produktnog potencijala firme“ (juli)

U toku webinara predstaviti će se novi program za istraživanje i inovacije Evropske unije, Horizon Europe, u svjetlu EU fondova za mala i srednja preduzeća te naučene lekcije u okviru Horizon 2020–SME Instrument i njihove refleksije na perspektive finansiranja za period 2021-2027. godine. Pored toga, objasniti će se proces apliciranja na Horizon Europe uzimajući u obzir inovativni i produktni potencijal firme. Ovaj program obuke ima za cilj razvoj kompetencija i vještina u okviru Horizon Europe programa Evropske unije, sa fokusom na mogućnosti koje su na raspolaganju malim i srednjim preduzećima. Webinar je namijenjen predstavnicima malih i srednjih preduzeća (MSP), mikro preduzeća, organizacijama za podršku biznisu, agencijama za podršku inovativnosti, udruženjima poduzetnika i sl.

## Webinar/seminar „Lean menadžment“ (august)

Lean menadžment, zbog svoje univerzalnosti, može se primijeniti u skoro svim poslovnim djelatnostima. Lean je prerađao u filozofiju koja obuhvaća cijeli lanac proizvodnje ili pružanja usluge, od narudžbe pa do isporuke proizvoda ili usluge krajnjem kupcu, uz kontinuiran rad na usavršavanju samog procesa isporuke. Lean je primjenjiv u proizvodnim preduzećima, zdravstvenim ustanovama, školstvu, vojnoj službi, javnoj upravi, uslužnim djelatnostima, finansijskim institucijama, velikim i malim poduzećima i omogućava postizanje izuzetnih rezultata praveći značajne uštede. Lean menadžment je namijenjen direktorima, poduzetnicima, menadžerima svih nivoa, zaposlenicima i svima onima koji žele unaprijediti svoja znanja u predmetnoj oblasti.

## Webinar/seminar „Prodaja“ (august)

Webinar ima za cilj da pruži informacije o elementima prodajnog ciklusa po uzoru na svjetske prodajne korporacije i kako iste primijeniti u vlastitom prodajnom poslu, sa dodatnim fokusom na krizno prodajno komuniciranje. Tokom webinara učesnici će naučiti pristupe jednostavne logičke matrice prodaje, bazne korake prodajnog ciklusa primjenjive u prodaji robe ili usluga, ispravnog otklanjanja primjedbi kupaca te kroz primjere praviti analizu prodajnih razgovora.

## Kako napisati uspješnu aplikaciju za EU fondove (dvodnevna radionica)

U toku radionice polaznici će imati priliku da se upoznaju sa svim otvorenim programima EU relevantnim za kompanije i druge institucije u Bosni i Hercegovini poput IPA III, HORIZON EUROPE, kao i drugim EU programima za period 2021-2027. godine. Pored toga, na obuci će se prezentirati upravljanje projektnim ciklusom od programiranja do ocjene postignuća te priprema projekta, odnosno pristup logičkog okvira, kao i metodologija ispunjavanja projektne aplikacije po traženim elementima.

## Webinar/seminar „Brendiranje“ (septembar)

„Brand management“, kao proces razvoja proizvoda u brend i izgradnja percepcije proizvoda kod potrošača, je od ključnog značaja da bi se domaći proizvodi razvili u brendove i približili željama, potrebama i očekivanjima potrošača kako u fizičkom tako i u emotivnom smislu. Kompanije nastale u BiH u proteklih 20 godina suočavaju se sa izazovom da potrošači traže brand a ne samo proizvod, dok većinom kompanije u BiH nude proizvode, bez „brandinga“. Stoga se kompanije u BiH suočavaju sa izazovom u kreiranju brendova, bez obzira na nedostatak znanja, vještina i iskustva u razvoju istih. Uslijed novonastale globalne krize, branding, kao i ostale sfere poslovanja, treba pogled iz drugog ugla, iz ugla nove percepcije potrošača, nove realnosti želja i potreba potrošača. Webinar je namijenjen direktorima, poduzetnicima, menadžerima svih nivoa, zaposlenicima i svima onima koji žele unaprijediti svoja znanja u predmetnoj oblasti.

## Webinar/seminar „Poslovno pregovaranje“ (septembar)

Umijeće pregovaranja je vještina neposredno naslonjena na sposobnost uspješnog komuniciranja, bez kojih teško možemo pokrenuti bilo kakve aktivnosti, strateške i/ili operativne. Teško je zamisliti bilo šta, od našeg svakodnevnog života do upravljanja rastom i razvojem kompanije, a da nam ne zatreba vještina pregovaranja. Njena vrijednost i efikasnost dolaze posebno do izražaja u kriznim vremenima, kada se na novom početku uz velike probleme nalazimo i mi i naši stari, ali i potencijalni poslovni partneri, saradnici i zaposlenici. Webinar je namijenjen menadžerima, prodajnom osoblju, vođama timova, ali i svima onima kojima individualno trebaju vještine pregovaranja u svakodnevnom poslovnom i privatnom životu.

## Škola vanjskotrgovinskog poslovanja (august/septembar)

Ova škola je razvijena s ciljem pružanja savremenog i praktičnog treninga zaposlenicima bh. kompanija, bavi se svim praktičnim aspektima vanjske trgovine, orijentirana je ciljnim grupama i realizira se kroz efikasne nastavne jedinice. Nastavnim planom i programom predviđena je realizacija nastave kroz 60 školskih sati, raspoređenih kroz ukupno 10 dana edukacije.



VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE  
СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ

**SEKTOR ZA EDUKACIJU**



**SEKTOR ZA EDUKACIJU** Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine djeluje na području profesionalnog osposobljavanja i permanentnog obrazovanja s posebnim naglaskom na preduzetništvo i menadžment, sa ciljem da:

- Razvija i promovira preduzetništvo;
- Organizira i realizira konferencije i susrete;
- Povezuje ideje, novac i znanje;
- Razvija, promovira i izvodi programe preduzetničkog i menadžerskog osposobljavanja (seminari, radionice, okrugli stolovi, konferencije, stručni skupovi, in-house edukacija, licencirana osposobljavanja prema važećim nacionalnim i međunarodnim akreditacijama, projekti itd.).

100

NAJVEĆIH

U BOSNI I HERCEGOVINI

2021

I OVE GODINE RANGIRALI SMO  
VELIKE, SREDNJE I MALE KOMPANIJE  
PO PRIHODU, IZVOZU I DOBITI.

Provjerite da li ste rangirani!

Bonus analize djelatnosti.

Provjerite da li ste prvi po prihodu u svojoj djelatnosti.

Poslovne  
novine

+387 33 568 810  
info@poslovnenovine.ba

ANALITIČKI PARTNER

LRC{BIS BUSINESS  
INTELLIGENCE  
SYSTEM

MEMBERS OF

LRC Group

# Medijska zastupljenost VTK/STKBiH evidentna u preko 4.000 objava tokom protekle godine

**A**gencija za praćenje i analizu medija „Kliping BH“ izvršila je statistički pregled medijskih objava za 2020. godinu za ključnu riječ Vanjskotrgovinska/Spoljnotrgovinska komora BiH. Analiza je obuhvatila sve objave u štampanim i elektronskim medijima te na internet portalima sa prostora BiH koje agencija „Kliping BH“ ima na listi praćenja.

U praćenom periodu ukupno su registrovane 4.143 objave. Najviše objava zabilježeno je u martu (634 objave), a najmanje u maju (231 objava). U prosjeku, agencija „Kliping BH“ pronalazila je 345 objava mjesečno. Ispod se nalazi frekvencija objava za praćeni period.

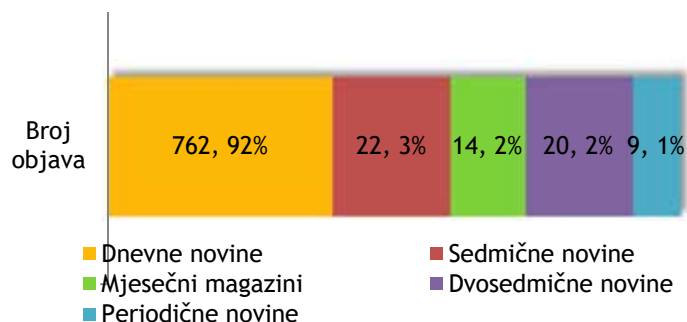
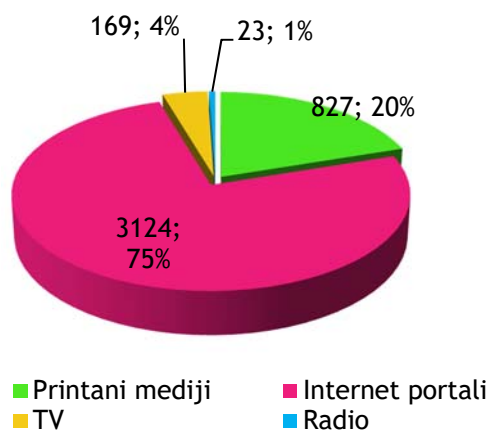
U kontekstu ključne riječi Vanjskotrgovinska / Spoljnotrgovinska komora BiH, najviše su se spominjale teme:

- izvoz (2.348 objava),
- fabrika/tvornica/kompanija (1.918)
- uvoz (1.841)
- industrija (888)
- Vjekoslav Vuković (736)
- poljoprivreda (466)
- CEFTA (451)
- meso (425)
- transport (398)
- Koronavirus (359)
- Mlijeko (325)
- turizam (285)
- carine (255)



U posmatranom periodu, najveći broj objava zabilježen je na internet portalima gdje su pronađene 3.124 objave ili 75% od ukupnog broja prikupljenih objava. U štampanim medijima registrovano je 827 relevantnih objava ili 20%, a u programu elektronskih medija zabilježena su 192 priloga ili 5% (169 priloga na TV-u, 23 priloga u radijskom programu).

Kada su u pitanju štampani mediji i njihova periodika, evidentno je da je najviše medijskih objava pronađeno u dnevnim novinama (762 objave ili 92%), zatim u sedmičnim novinama (22 objave ili 3%), dok je najmanje objava registrovano u periodičnim novinama (9 objava ili 1%).



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



# Plutajući proizvodi za rekreaciju



Plutajući proizvodi za rekreaciju za upotrebu na ili u vodi su proizvodi čije plutanje se postiže pomoću sposobnosti održavanja na vodi putem napuhavanja ili ugrađenih plutajućih materijala. Namijenjeni su samo plivačima, ne pružaju zaštitu od utapanja i nisu osobna zaštitna oprema

Plutajući proizvodi za rekreaciju prema namjeni za njihovo korištenje, pogonu i dizajnu su klasificirani u sljedeće klase:

**Klasa A:** Plutajući proizvodi namijenjeni za statično postavljanje na ili u vodi i smještanje korisnika na plutajući objekt. Obično nemaju mehaničkih pogonskih sredstava i mogu biti izrađeni tako da osiguravaju stabilnost plutanja ili korisnik mora sam uspostaviti ravnotežu. Tipični proizvodi klase A su: plutajući otoci, splavovi, veliki prstenovi, plutajuća sjedala (fotelje), pedaline, vodene klackalice.

**Klasa B:** Plutajući proizvodi namijenjeni za statičnu upotrebu. Korisnik je smješten unutar plutajućeg objekta koji okružuje korisnikovo tijelo (relativno tijesno prijanja). Korisnikovo tijelo je više ili manje uronjeno u vodu. Gornji dio tijela (od grudni naviše) je obično iznad vode. Tipični proizvodi klase B su: sjedalo za plivanje (namijenjeno djeci starijoj od 3 godine), prstenovi s unutarnjim segmentima sjedala, veliki

splavovi, daske, gigantske tube (isključujući sjedalo za učenje plivanja prema BAS EN 13138-3:2016).

**Klasa C:** Plutajući proizvodi za dinamičnu upotrebu, odnosno za primjenu pri velikoj brzini. Korisnik je smješten na ili unutar plutajućeg objekta. Predmet vuče vanjsko pogonsko sredstvo. Korisnik mora uspostaviti stabilnost plutanja i sigurni smjer iza predmeta koji ga vuče. Tipični proizvodi klase C su: tube za vuču, bicikli, sjedala.

**Klasa D:** Plutajući proizvodi za aktivnu upotrebu, odnosno penjanje, skakanje i bilo koju povezanu aktivnost. Tipični proizvodi klase D su vodeni trampolini, napuhavajuće penjajuće konstrukcije na vodi, tobogani na napuhavanje, odskočne platforme.

**Klasa E:** Čamci na napuhavanje sa sposobnošću održavanja na vodi mnom od 1 800 N i dužinom trupa većom od 1,2 m. Tipični proizvodi klase E su: čamci na napuhavanje za veslanje ili pedaline približno ovalnog oblika sa ili

bez krmena zrcala, kanui i kajaci.

Primjeri plutajućih proizvoda za rekreaciju klase A, B, C, D i E prikazani su na Slici 1.

Plutajući proizvodi za rekreaciju se mogu staviti na tržište Bosne i Hercegovine samo ako su sigurni. Ovi proizvodi smatraju se sigurnim ukoliko ispunjavaju sigurnosne zahtjeve propisane u standardima serije BAS EN ISO 25649.

Serijski BAS EN ISO 25649 sastoji se od sedam dijelova. Svi plutajući proizvodi za rekreaciju moraju ispunjavati zahtjeve standarda BAS EN ISO 25649-1 i BAS EN ISO 25649-2. Ostali dijelovi BAS EN ISO 25649-3/4/5/6/7 primjenjuju se samo za određene klase proizvoda kako je opisano u Tabeli 1.

Opći sigurnosni zahtjevi koji se odnose na sve klase su:

- proizvodi moraju biti sigurni i upotrebljivi za osobe starosne dobi od najmanje 36 mjeseci i više i u dubokoj vodi (izvan dubine stajanja korisnika),
- putem odgovarajućeg označavanja,



Slika 1. Plutajući proizvodi za rekreaciju

Tabela 1. Serija BAS EN ISO 25649 standarda

Standard	Naslov	Primjena
BAS EN ISO 25649-1:2019	Dio 1: Klasifikacija, materijali, opći zahtjevi i metode ispitivanja	Za sve plutajuće proizvode za rekreaciju koji se koriste na i u vodi (uključujući uređaje klase A, B, C, D i E)
BAS EN ISO 25649-2:2019	Dio 2: Informacije za korisnika	Za sve plutajuće proizvode za rekreaciju koji se koriste na i u vodi (uključujući uređaje klase A, B, C, D i E)
BAS EN ISO 25649-3:2019	Dio 3: Dodatni posebni sigurnosni zahtjevi i metode ispitivanja za opremu klase A	Samo za uređaje klase A
BAS EN ISO 25649-4:2019	Dio 4: Dodatni posebni sigurnosni zahtjevi i metode ispitivanja za opremu klase B	Samo za uređaje klase B
BAS EN ISO 25649-5:2019	Dio 5: Dodatni posebni sigurnosni zahtjevi i metode ispitivanja za opremu klase C	Samo za uređaje klase C
BAS EN ISO 25649-6:2019	Dio 6: Dodatni posebni sigurnosni zahtjevi i metode ispitivanja za opremu klase D	Samo za uređaje klase D
BAS EN ISO 25649-7:2019	Dio 7: Dodatni posebni sigurnosni zahtjevi i ispitne metode za opremu klase E	Samo za uređaje klase E

potrošaču i korisniku mora biti jasno da su ti proizvodi namijenjeni samo plivačima, da ne pružaju zaštitu od utapanja te da nisu ni u kom slučaju osobna zaštitna oprema.




Smatra se da su ovi osnovni zahtjevi ispunjeni ako je proizvod u skladu s relevantnim dijelovima ove serije standarda.

Također, za sve plutajuće proizvode (gdje je primjenjivo) zahtjevi koji se odnose na: opasnost od uklještenja stopala/noge, glave/vrata i trupa, opasnost od zapletanja, prignječenja i odsjecanja, plutajuću stabilnost, dizajn radnog pritiska, nosivost, uređaj za vuču, ventile i adaptere za ventile, rubove, uglove i vrhove, čvrstoću trupa, ispitivanje pod pritiskom, nepropusnost zraka za plutajuće proizvode, kopče i druga učvršćenja, otpornost materijala plutajućeg proizvoda na: mineralno ulje, kloriranu

slanu vodu, hladnoću/vrućinu, probijanje te trajnost oznaka na proizvodu moraju biti ispunjeni. Sigurnosni zahtjevi se provjeravaju laboratorijskim ispitivanjem u ovlaštenoj laboratoriji, a kojim se utvrđuje jesu li ispunjeni ovi i drugi propisani zahtjevi (ovisno o klasifikaciji) za plutajuće proizvode.

Plutajući proizvodi za rekreaciju moraju biti popraćeni odgovarajućim informacijama o proizvodu. Informacije u vezi sa pripremom, upotrebom, održavanjem, skladištenjem i popravkom proizvoda navode se u uputama za upotrebu. U slučaju jednostavnog dizajna i upotrebe, mogu se navesti na proizvodu. Informacije na prodajnom mjestu daju se na ambalaži ili na način koji potrošač može primijetiti, npr. kroz prozirni poklopac, i uključuju sve podatke relevantne za usklađivanje potreba potrošača s karakteristikama proizvoda, posebno one koji se odnose

na izgled i dimenzije proizvoda, korisničke specifikacije (dobna skupina, tjelesna težina itd., ako je primjenjivo), nosivost, mjesto upotrebe i sigurnosne informacije. Kao način prenošenja ovih informacija na jedinstven i razumljiv način koriste se pomoćni/dopunski sigurnosno-informacijski simboli i sigurnosni znakovi:

- upozorenja ,
  - zabrane 
  - ili obaveznog postupanja  dopunjeni jednostavnim tekstom.
- Na slikama su prikazani primjeri pomoćnih sigurnosno-informacijskih simbola u vezi sa određenim:
- upozorenjima (Slika 2.)
  - zabranama (Slika 3.)
  - obaveznim postupanjem (Slika 4.)



Slika 2. Primjeri pomoćnih sigurnosno-informacijskih simbola u vezi sa određenim upozorenjima



Slika 3. Primjeri pomoćnih sigurnosno-informacijskih simbola u vezi sa određenim zabranama



Slika 4. Primjeri pomoćnih sigurnosno-informacijskih simbola koji daju određenu uputu za sigurnu upotrebu ili radnju koju treba učiniti



Simbol „Ne pruža zaštitu od utapanja” i znak upozorenja uvijek dolaze zajedno i odvojeno od ostalih kombinacija simbola i znaka upozorenja i **obavezni su na svim proizvodima za rekreaciju**. Tekstualna informacija „Pažnja! Ne pruža zaštitu od utapanja!” mora biti navedena na proizvodu.



Simbol „Samo za plivače” i znak obaveznog postupanja uvijek dolaze zajedno i odvojeno od ostalih kombinacija simbola i znaka upozorenja. Tekstualna informacija „Samo za plivače!” mora biti navedena na proizvodu. Prema BAS EN ISO 25649-2:2019 obavezni su na svim plutajućim proizvodima za rekreaciju izuzev na plutajućem sjedalu klase B.

Agencija za nadzor nad tržištem Bosne i Hercegovine i nadležne inspekcije entiteta i Brčko distrikta Bosne i Hercegovine provele su u 2020. godini zajedničke aktivnosti nadzora plutajućih proizvoda za rekreaciju klase A. U sklopu provedenih aktivnosti inspektori su uzeli deset uzoraka s tržišta Bosne i Hercegovine za laboratorijsku analizu. Za neusklađene proizvode je utvrđeno nepostojanje odgovarajućih informacija, upozorenja i uputa za upotrebu na jednom od službenih jezika u Bosni i Hercegovini. Pored toga, za jedan model utvrđeno je da predstavlja ozbiljan rizik od utapanja jer ne ispunjava zahtjev koji se odnosi na otpornost na probijanje propisan u BAS EN ISO 25649-1:2019.

Budući da su plutajući proizvodi za rekreaciju zastupljeni na tržištu i pristupačni potrošačima, kao i da se novi proizvodi neprestano pojavljuju, neop-

hodna je zajednička suradnja Agencije za nadzor nad tržištem, nadležnih inspekcija i poslovnih subjekata koji ove proizvode stavljaju na tržište Bosne i Hercegovine kako bi se spriječili rizici povezani s ovim proizvodima, a to su utapanje i nesreće u kojima može doći do utapanja.

Za dodatne informacije o sigurnosti plutajućih proizvoda za rekreaciju možete kontaktirati Agenciju za nadzor nad tržištem BiH putem telefona: 057 340 718 ili e-maila: [msa.info@annt.gov](mailto:msa.info@annt.gov).

*Tekst pripremila:  
Lidija Lovrić, dipl. ing. kem.  
Stručni savjetnik,  
Agencija za nadzor nad tržištem BiH*



# Incoterms<sup>®</sup>

## 2020 by the International Chamber of Commerce (ICC)

Pravila MTK za korištenje termina u unutrašnjoj i međunarodnoj trgovini

EXW | FCA | CPT | CIP | DAP | DPU | DDP | FAS | FOB | CFR | CIF



### INCOTERMS 2020

Međunarodna trgovinska komora iz Pariza je objavila najnovije, revidirano izdanje INCOTERMS 2020 koje važi od 1. januara 2020.

Vanjskotrgovinska/Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je, koristeći ekskluzivno pravo otkupa autorskih prava i štampe, izdala dvojezično izdanje Incoterms<sup>®</sup>2020.

Pravila Incoterms<sup>®</sup> definiraju odgovornosti kupaca i prodavaca prilikom isporuke robe na osnovu kupoprodajnih ugovora. To su mjerodavna pravila koja utvrđuju kako se cijena i rizici raspoređuju među ugovornim stranama. Incoterms pravila se redovno uvrštavaju u kupoprodajne ugovore širom svijeta i postali su dio dnevnog jezika u trgovanju.

Incoterms<sup>®</sup> 2020 sadrže MTK pravila za korištenje 11 Incoterms trgovačkih termina. Uzimaju u obzir najnovija dostignuća u komercijalnoj praksi, te ažuriraju i ujedinjuju neke od prethodnih pravila. Svi kupoprodajni ugovori bi se trebali oslanjati na Incoterms<sup>®</sup> 2020 kao najnoviju verziju pravila Incoterms<sup>®</sup>.

**CIJENA: 35 KM**

Narudžbe na e-mail: [nijaza.avdic@komorabih.ba](mailto:nijaza.avdic@komorabih.ba)  
Dodatne informacije na 033 566 165

Više informacija i obrazac narudžbenice dostupno na  
[www.komorabih.ba/incoterms2020](http://www.komorabih.ba/incoterms2020)

Za narudžbu tri i više primjeraka poklon knjiga  
ICC vodič za izvoz/uvoz (4. izdanje, 2016. godine)



### ICC VODIČ ZA IZVOZ/UVOZ

AKCIJSKA PONUDA DO ISTEKA ZALIHA

**CIJENA 20 KM**

ICC Vodič za izvoz/uvoz pruža sažeta uputstva i referentni je alat za svakodnevno uvozno/izvozno poslovanje  
Izdavač: Vanjskotrgovinska komora BiH, god. izdanja 2016., 274 str.