



# Infokom

GLASNIK VANJSKOTRGOVINSKE/SPOLJNOTRGOVINSKE KOMORE BOSNE I HERCEGOVINE

WWW.KOMORABIH.BA

BROJ 78 • GODINA XIII • JULI / SRPANJ 2020.

BESPLATAN PRIMJERAK



Analize vanjskotrgovinske razmjene za prvih šest mjeseci 2020. godine

BH PRIVREDA • AKTIVNOSTI KOMORE • TRANSPORT • POSLOVNE VIJESTI • ANALIZE  
STANDARDI • EU PROGRAMI • EDUKACIJA • EEN MREŽA • PROJEKTI

ISSN 1840-3417



9 771840 4341004

**Izdavač:**

VANJSKOTRGOVINSKA /  
SPOLJNOTRGOVINSKA  
KOMORA BOSNE I  
HERCEGOVINE

**Adresa:**

Branislava Đurđeva 10  
71000 Sarajevo

**Uređivački kolegij:**

dr. sc. Vjekoslav Vuković,  
predsjednik  
Zdravko Marinković  
Ivan Mandić  
Nihad Bajramović  
Enes Ališković  
Ognjenka Lalović  
Boris Marković  
Aida Kapičija  
Engin Mešanović

**Kontakt:**

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

**Dizajn i priprema:**

Engin Mešanović

BESPLATAN PRIMJERAK

# Sadržaj

- 4** PROJEKTI  
Od regionalne saradnje ka regionalnoj integraciji
- 7** ADRIPASS - Poboľšanje regionalne i prekogranične saradnje
- 8** OECD i STKBIH  
Mogućnosti za rast u BiH u vremenu Covid-19
- 9** Ugrožen Međunarodni sporazum SR Njemačka - BiH
- 10** TRANSPORT  
Cestovnom prijevozu putnika potrebna podrška države kako bi opstao
- 12** POSLOVNE VIJESTI
- 14** ANALIZE  
Obim razmjene BiH sa svijetom manji za oko 17 odsto
- 17** Grafička i papirna industrija BiH
- 18** Drvni sektor BiH
- 20** Uticaj pandemije COVID-19 na tekstilnu i kožarsku industriju u prvom polugodištu 2020. godine
- 22** Panel-diskusija „Dan poslije“ u tekstilnoj industriji
- 23** Analiza metalske i elektroindustrije za period od 1. 1. do 30. 6. 2020.
- 26** Hemijska i farmaceutska industrija BiH
- 28** Poljoprivredno-prehrambena industrija prije i tokom pandemije
- 42** Kampanja Hrana Gurmana pritiče u pomoć malim biznisima
- 44** AGENCIJA ZA BEZBJEDNOST HRANE BiH  
Kako do oznake porijekla, geografskog porijekla i garantovano tradicionalnog specijaliteta
- 50** Akreditacija: doprinosi unapređenju sigurnosti hrane
- 54** AntiCOVID prodajni koraci – analiza i perspektiva prodaje
- 57** Blockchain tehnologija
- 60** Menadžment u doba korone
- 62** Edukacija poslovne zajednice u vrijeme pandemije
- 65** Branding nakon krize!
- 68** Svjetlo u mraku
- 72** Prednosti arbitražnog rješavanja sporova
- 74** EVROPSKA PREDUZETNIČKA MREŽA  
Online brokerage događaji - platforme za poslovno povezivanje
- 76** Aktivnosti i rezultati BITNET konzorcija
- 78** EU FONDOVI  
Šta donosi njemačko predsjedavanje Evropskom unijom?
- 81** AGENCIJA ZA NADZOR NAD TRŽIŠTEM BiH  
Plutajuća sjedala za učenje plivanja
- 82** KLIPING

# Uvodnik

*Poštovani čitatelji,*

na samom početku pandemije izazvane koronavirusom prognoze za utjecaj na ekonomiju nisu bile tako pesimistične. Od pojave pandemije u Kini i njenog prelijevanja na središte financijskog tržišta u Europi, bh. tvrtke su imale problema s nabavkom sirovina, odnosno repromaterijala, a kasnije i otežanim izvozom.

Šteta koja je već nanosena se očitovala u smanjenom izvozu tijekom prvog polugodišta jer su mnoge tvrtke izgubile svoje partnere, odnosno isporuke nisu nastavljene, što se posebno odnosi na male ili srednje tvrtke koje su temeljni dio bh. ekonomije.

Ozbiljnost usporenosti gospodarstva i već vidljive zabrinjavajuće posljedice u pogledu velikog pada gospodarskih aktivnosti i masovnog gubitka radnih mjesta su predstojeći izazov za bh. ekonomiju.

Borba protiv nevidljivog virusa znatno je promijenila sve životne aktivnosti, društvene odnose, gospodarske procese, novčane tokove i planiranje budućnosti, na temelju čega zaključujemo da su svi sektori pogođeni nastalom situacijom i da za posljedicu imamo i smanjenje izvoza. Svjetla točka je agroindustrija kojoj bi BiH trebala posvetiti mnogo više pažnje u budućnosti, o čemu razmišljaju i zemlje Europske unije. Uslužni sektor, turizam i industrija naslonjena na autoindustriju snose najveće posljedice zbog neizvjesne budućnosti i nepredvidivog razdoblja oporavka koje je u vezi s mjerama protiv pandemije.

U narednom razdoblju ključno je da se javna potrošnja iskoristi za jačanje ukupne potražnje, uz održavanje fiskalne stabilnosti. BiH će se naći u izuzetnim teškoćama zbog pada javnih financija. Pad proizvodnje i potrošnje vodit će smanjenju poreza na dodanu vrijednost i trošarina i putarina, a gašenje radnih mjesta smanjivat će opseg doprinosa za MIO i zdravstvo, što će štetiti ukupnoj ekonomskoj situaciji BiH.

Stabilnost i rast ekonomije uveliko ovisi o glavnim trgovinskim partnerima, prvenstveno EU, zatim zemalja CEFTA-e. Kako je pandemija uzrokovala pad ekonomskih aktivnosti i usporavanje ekonomija na globalnoj razini, očekivati je da će tijekom 2020. godine doći do izražajnijeg usporavanja ekonomske aktivnosti i u BiH. Ono što se pokazalo kao snažan pokretač razvoja naše ekonomije je potrošnja. U ovom trenutku održavanje potrošnje je važnije od stabilnosti proračuna, s obzirom na to da se on puni iz javnih prihoda. Ako dodatno padne potrošnja, past će i naplata PDV-a, to znači dodatan pad prihoda u proračunima te, u konačnici, ponovno pad isplate sredstava proračunskim korisnicima.

Za izvoznike je neophodno održati financijsku stabilnost i svakako pomoći pri ponovnom pozicioniranju na međunarodnim tržištima i prilagođavanju nastaloj situaciji, omogućiti digitalno uvezivanje i putem online platformi osigurati plasman na domaćem i stranom tržištu.

Šansa zaista postoji ako shvatimo da nam ekonomija treba biti ispred svega i krenemo u rasterećenje gospodarstva i poboljšanje poslovnog ambijenta, što bi trebalo rezultirati poboljšanjem ekonomske i socijalne slike BiH.

Komora je podnijela veliki broj inicijativa i prijedloga nadležnim institucijama u Bosni i Hercegovini i izražavamo nadu da će oni imati sluha za probleme gospodarstva, čije je žurno rješavanje u interesu svih nas.

Vanjskotrgovinska komora BiH će u svakom pogledu biti uz poslovnu zajednicu i pružiti joj svoju punu potporu i pomoć.

Predsjednik VTK/STKBiH  
Vjekoslav Vuković



# Od regionalne saradnje ka regionalnoj integraciji -

## Kako razvojni fondovi podržavaju proces regionalne integracije na zapadnom Balkanu?

### Sažetak

U proteklih nekoliko godina Evropska unija te evropske i američke razvojne agencije investirale su otprilike 6 milijardi evra u brojne projekte u zemljama zapadnog Balkana (Albanija, Bosna i Hercegovina, Kosovo, Crna Gora, Sjeverna Makedonija i Srbija). Podijeljeno na ukupan broj stanovnika u regionu, u proteklih šest godina uloženo je najmanje 2.100 evra po stanovniku. Pokazalo se da većina ovih projekata, posebno u privatnom sektoru, ostaje na nacionalnom nivou te da je finansijska podrška projektima međuregionalne ekonomske saradnje dosad bila relativno mala. Istovremeno, evidentno je da investicije EU, kao i kvalitet i kvantitet transportne infrastrukture imaju statistički značajan pozitivan efekat na rast BDP-a na zapadnom Balkanu. Stoga je jedan od prijedloga maksimalno korišćenje finansijske podrške EU u području infrastrukturnih projekata koji će regionu omogućiti tranziciju od ekonomske saradnje pojedinačnih tržišta do ekonomske integracije čiji je jedan od aspekata zajednički nastup zemalja zapadnog Balkana na ostalim tržištima.

### Pregled finansiranja

Tokom proteklih godina razne inicijative bile su usmjerene na jačanje političkih, kulturnih, ali i ekonomskih veza između šest takozvanih zemalja zapadnog Balkana (WB6) Albanije, Bosne i Hercegovine, Kosova, Crne Gore, Sjeverne Makedonije i Srbije. Od 2014. Evropska unija odobrila je više od 4,2 milijarde evra finansijske pomoći zemljama WB6 i 2,98 milijardi evra za međudržavne programe<sup>1</sup>. Evropska unija je „[...] na čelu promocije regionalne saradnje i otvara svoje

tržište za zemlje zapadnog Balkana [...]. Međunarodne finansijske institucije poput Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD), Evropske investicione banke (EIB) i Svjetske banke su ulagale i nastavljaju ulagati u velike prekogranične infrastrukturne projekte, kao i u unapređenje trgovine te ulaganja putem drugih instrumenata.

Pored EU, mnoge druge organizacije djeluju na zapadnom Balkanu i podržavaju projekte u raznim sektorima. Od 2012. švajcarske, austrijske, njemačke i američke razvojne agencije i Razvojni program Ujedinjenih nacija (UNDP) uložili su više od 1,5 milijarde evra u preko 350 projekata na zapadnom Balkanu. Sve zajedno, u proteklom godinama uloženo je više od 6 milijardi EUR u sljedeće glavne sektore (Slika 1)<sup>1</sup>:

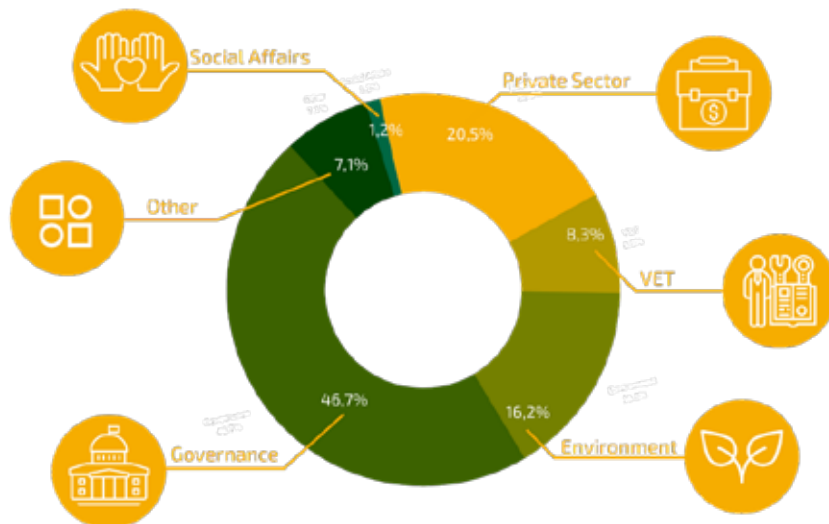
Iz grafikona se jasno vidi da se prvenstveno ulaže u projekte namijenjene jačanju upravljačkih struktura u zemljama pojedinačno. U svih šest

zemalja najveći iznos novca uliva se upravo u ovaj sektor s ukupno gotovo tri milijarde evra, a slijedi ga privatni sektor s ukupno 1,3 milijarde evra. Međutim, mnogi od ovih projekata, posebno u privatnom sektoru, ostaju na nacionalnom nivou. Investiranja u prekogranične projekte posebno se odnose na razvoj demokratskih struktura i zaštitu životne sredine i klime. Međutim, finansijska podrška međuregionalnoj ekonomskoj saradnji dosad je bila mala. (Slika 2).

### Ulaganje u regionalnu saradnju i ekonomski rast

Istovremeno, ulaganja u prekogranične projekte već su pokazala da imaju pozitivan uticaj na privredne aktivnosti na zapadnom Balkanu, jer povećavaju regionalnu saradnju i približavanje EU. Podaci Svjetske banke o ekonomskom razvoju zapadnog Balkana sugerišu da

Slika 1:



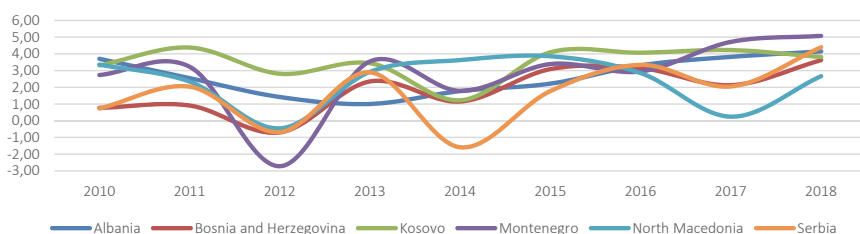


**Slika 2: Obim finansiranja prekograničnih projekata na zapadnom Balkanu po sektorima**



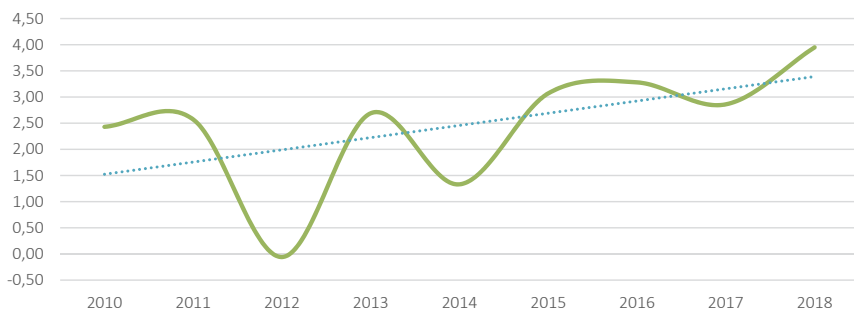
Izvor: Sopstveni proračuni

**Slika 3: Rast BDP-a u šest zemalja zapadnog Balkana između 2010. i 2018. (godišnje %)**



Izvor: <https://data.worldbank.org/>

**Slika 4: Prosječni rast BDP-a u šest zemalja zapadnog Balkana između 2010. i 2018. (godišnji postotak)**



Izvor: <https://data.worldbank.org/>

je region po pitanju BDP-a posljednjih nekoliko godina zabilježio spor, ali stabilan ekonomski rast.

Čini se da je kretanje BDP-a prilično promjenljivo u svih šest zemalja, ali sveukupni trend pokazuje da do sada postoji stalan rast:

Statističke studije potvrđuju pozitivni uticaj ulaganja EU i rasta BDP-a: Goran Popović i Ognjen Erić uočili su

da postoji statistički značajna povezanost između BDP-a po glavi stanovnika i ulaganja EU u zapadni Balkan.<sup>2</sup> Njihova studija, takođe, pokazuje da dužina putne mreže ima značajan pozitivan uticaj i na razvoj BDP-a regiona: „Važni faktori za privlačenje investicija su kvalitet, dužina i položaj saobraćajne infrastrukture. Istraživački radovi potvrdili su vezu između infrastrukture i

F.D.I. (Strane direktne investicije). [...] Saobraćajna i telekomunikaciona infrastruktura predstavljaju osnovne faktore za privlačenje stranih investicija.”<sup>3</sup> Popović i Erić, stoga, zaključuju svoju studiju preporukom da se trgovinska otvorenost regiona treba fokusirati na „regionalnu ekonomsku saradnju i zajednički nastup zemalja zapadnog Balkana na ostalim tržištima“<sup>4</sup>. Oni, takođe, predlažu maksimalno korišćenje finansijske podrške EU u području infrastrukturnih projekata i završetka ključnih saobraćajnih ruta.

Važni koraci ka regionalnoj integraciji već su preduzeti: 2017. godine na samitu u Trstu lideri šest zemalja zapadnog Balkana odobrili su Višegodišnji akcioni plan za regionalno ekonomsko područje zapadnog Balkana (MAP REA) koji ima za cilj poboljšanje regionalne saradnje u oblastima digitalne integracije, mobilnosti, trgovine i investicija. Svih šest zemalja zapadnog Balkana obavezale su se da će unaprijediti saradnju u okviru Centralnoevropskog sporazuma o slobodnoj trgovini (CEFTA) „do tačke u kojoj se roba, usluge, investicije i kvalifikovani ljudi mogu slobodno kretati unutar regiona bez tarifa, kvota ili drugih bespotrebnih necarinskih i drugih barijera”.<sup>5</sup>

Kada je u pitanju podrška poslovnog sektoru u smislu saradnje, rješavanja izvoza i uvoza robe i uklanjanja barijera, svakako da nacionalne privredne komore igraju važnu ulogu. Postoji nekoliko prekograničnih projekata koji uključuju sve regionalne privredne komore. Paralelno s odobrenim MAP REA-om na samitu u Trstu, osnovan je Komorski investicioni forum (KIF) kao krovna organizacija za sve nacionalne privredne komore WB6. Nadalje, Savjet za regionalnu saradnju (RCC) i Partnerstvo komora za zapadni Balkan (KVP) blisko sarađuju s KIF-om i nacionalnim komorama s ciljem poboljšanja organizacionih sposobnosti privrednih komora na zapadnom Balkanu, produbljivanja političkog dijaloga i uspostavljanja zajedničkog predstavljanja regiona kao jedinstvenog ekonomskog područja. Svaki od projekata naglašava svoj rad, a svi oni dijele zajedničke radne prioritete koji su usko povezani, poput podrške malim i srednjim preduzećima (MSP), regionalnosti i izgradnji kapaciteta.

## Novi izazovi i nove mogućnosti nakon krize u koroni

U toku pandemije korone, međutim, ovi prvi koraci ka regionalnoj saradnji suočavaju se s posebnim izazovima. Javni život i ekonomske aktivnosti trenutno su strogo ograničene, što će umanjiti do sada pozitivan rast BDP-a na zapadnom Balkanu<sup>6</sup>. U budućnosti se, međutim, kriza može vidjeti i kao važna prilika za region ukoliko evropska ekonomija preispita postojeće lance vrijednosti i regionalnu blizinu i ako se saradnja dodatno ojača.

U aprilu 2020. Marko Čadež, predsjednik Upravnog odbora KIF-a zapadnog Balkana, već je krenuo u tom pravcu tokom telefonskog razgovora s Matthewom Palmerom, zamjenikom pomoćnika američkog državnog sekretara i specijalnim predstavnikom SAD-a za zapadni Balkan. Čadež je iznio ideju o osnivanju posebnog fonda za podršku aktivnostima koje imaju za cilj jačanje regionalne saradnje: „Ovaj fond može u mnogome da doprinese jačanju procesa regionalne i evropske integracije zapadnog Balkana, a takođe može dovesti do bržeg oporavka ekonomija zapadnog Balkana“, rekao je Čadež.

„Problemi s kojima se naše ekonomije suočavaju tokom trenutne zdravstvene krize još su više naglasili

vrijednost uspostavljanja regionalnog ekonomskog prostora, zasnovanog na slobodnom kretanju ljudi, roba, usluga i kapitala, i naglasila potrebu za njegovom implementacijom što prije i što je više moguće kako bi se osigurao brži oporavak ekonomija zapadnog Balkana. Istovremeno, ove su nove okolnosti dodatno ojačale opštu svijest o važnosti snažnije regionalne integracije u narednom periodu, ali i potvrdile spremnost ekonomija zapadnog Balkana za bliskiju saradnju. Jedan od primjera je uspostavljanje zelenih koridora za brži i lakši transport robe u regionu”<sup>7</sup>.

„Sanfey i Milatović su još istakli važnost podrške zajedničkom ekonomskom prostoru jer, kako ističu, uprkos gore pomenutim pozitivnim ekonomskim kretanjima, nivoi trgovine i ulaganja na zapadnom Balkanu ostaju ispod nivoa uporedivih regiona.<sup>8</sup> Naročito za vrijeme krize izazvane koronavirusom, ovaj se pristup može pokazati vrijednim jer „ekonomska integracija može olakšati pristup većoj potrošačkoj bazi, većem broju kvalifikovanih radnika, dodatnim izvorima finansiranja i novim tehnologijama“<sup>9</sup>. U tom kontekstu, ne treba potcijeniti automatizaciju i digitalizaciju prekograničnih procesa u regionu, naročito u vrijeme ove krize. Prema Evdokiji Moisé i Silviji Sorescu, automatizacija trgovinskih formalno-

sti bi sama mogla uštedeti dva posto trgovinskih troškova.<sup>10</sup> Ova brojka je posebno značajna za ekonomije zapadnog Balkana, gdje je trajanje izvoza ponekad tri puta duže od prosjeka u EU. Procedura uvoza je čak i osam puta duža u ovom kontekstu.<sup>11</sup>

Jedan od ciljeva projekta KVP-a je olakšavanje saradnje šest privrednih komora razvijanjem zajedničke platforme za digitalni potpis, koja će trgovinu u regionu učiniti efikasnijom u budućnosti.

Na kraju, može se zaključiti da je regionalna integracija zapadnog Balkana, odnosno kooperativni razvoj institucija i pravila, čak postala značajnija od pandemije korone. Ekonomskom uticaju pandemije može se suprotstaviti samo zajedničko ekonomsko područje, a ne mala, nacionalizovana i fragmentovana tržišta. Ostaje da se vidi u kojoj će mjeri zapadni Balkan postati privlačan za zapadno i centralnoevropsko tržište promjenom prethodnih lanaca vrijednosti. Stoga bi sprovođenje regionalnih analiza o „nearshoring“ mogućnostima moglo pružiti dodatne informacije o budućim mogućnostima povezivanja sa zapadnim tržištem.

*Sophia Kluge,  
Partnerstvo komora  
za zapadni Balkan (KVP)*

### Reference:

1. Izvor: Sopstveni izračuni na osnovu informacija koje su organizacije dostavile na njihovim web stranicama: <https://www.giz.de/en/worldwide/europe.html>; <https://www.entwicklung.at/en/projects/current-projects/map/>; <https://www.eda.admin.ch/deza/en/home/activities-projects/projekte-fokus.html>; <https://explorer.usaid.gov/query>
2. Popović, Goran; Erić, Ognjen (2018): Ekonomski razvoj zapadnog Balkana i investicije Evropske unije. U: Economic Research - Ekonomska Istraživanja, 31 (1), pp.: 1539-1556; p.1539
3. Ibid.: 1540
4. Ibid.: 1552f.
5. Sanfey, Peter; Milatovic, Jakov (2018): Regionalni ekonomski prostor zapadnog Balkana. Od ekonomske saradnje do ekonomske integracije. U: Os-bild, Reiner; Will Bartlett: Ekonomija zapadnog Balkana u tranziciji. Nedavna ekonomska i socijalna kretanja, pp. 15-28; p. 17
6. Dok Evropska komisija očekuje da

će se srpska ekonomija smanjiti za 4,1 posto, ostale su organizacije nešto optimističnije: „Međunarodni monetarni fond (MMF) očekuje da će BDP pasti za tri posto. Predsjednik Srbije Aleksandar Vučić uvjeren je da je minus može biti ograničen na 1 do 2 posto“, zaključuje njemačka trgovina i invest (GTAI).

(<https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/wirtschaftsausblick/serbien/nur-corona-bremst-boomende-wirtschaft-in-serbien-246976>)

7. Ibid.
8. Sanfey, Peter; Milatovic, Jakov (2018): Regionalni ekonomski prostor zapadnog Balkana. Od ekonomske saradnje do ekonomske integracije. U: Os-bild, Reiner; Will Bartlett: Ekonomija zapadnog Balkana u tranziciji. Nedavni ekonomski i socijalni razvoj, pp. 15-28; p. 16
9. Svjetska banka (2018): veći, ali krhki rast. U: Redovni ekonomski izvještaj zapadnog Balkana br. 14: [WBRRER14-WQ-web-ENG.pdf, p. 34](http://pubdocs.worldbank.org/en/194301538650996304/rev2-</a></li></ol></div><div data-bbox=)

10. Moisé, Evdokija i Sorescu, Silvia (2013): Pokazatelji olakšavanja trgovine: potencijalni uticaj olakšica u trgovini na trgovinu zemalja u razvoju. U: Dokumenti o trgovinskoj politici OECD-a, br. 144, Publikacija OECD-a, Pariz, <https://doi.org/10.1787/5k4bw6kg6ws2-en>
11. Vrijeme izvoza u smislu dokumentarne uskladenosti predviđeno za Albaniju je 6 časova, za Bosnu i Hercegovinu 4 časa, Kosovo i Crnu Goru 5 časova, a za Sjevernu Makedoniju i Srbiju 2 časa. Prosjek vremena EU za uvoz robe je 2,1 čas. Izvoz robe traje u pogledu dokumentarne uskladenosti 8 časova u Albaniji i Bosni i Hercegovini, 6 časova na Kosovu i u Crnoj Gori i 3 časa u Sjevernoj Makedoniji i Srbiji. U EU prosječno traje 1,1 čas. Izvještaj o poslovanju Svjetske banke: <https://www.doingbusiness.org/en/data/explortopics/trading-across-borders>



# Poboljšanje regionalne i prekogranične saradnje

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine učestvuje kao partner u ADRIPASS projektu, u okviru ADRIAN programa, zajedno sa Ministarstvom komunikacija i prometa Bosne i Hercegovine kao pridruženim partnerom, i odgovorna je za prikupljanje podataka sa područja Bosne i Hercegovine.

Projekat ADRIPASS - koji se finansira iz Interreg Jadransko-jonskog programa - ima za cilj poboljšanje pomorskih veza u lukama i njihovom zaleđu kako bi se unaprijedio rast ekonomije i razvoj transportnog sektora u ADRIAN regionu.

ADRIPASS je ključni strateški projekat koji uključuje jedanaest međunarodnih projektnih partnera koji pripadaju osam zemalja Jadransko-jonskog područja (Albanija, Bosna i Hercegovina, Hrvatska, Grčka, Italija, Crna Gora, Srbija, Slovenija).

U želji da ojačaju saradnju između partnera, uključenih zainteresiranih strana, odnosno nadležnih ministarstava, državne i lokalne uprave, pomorskih i riječnih luka, terminala, špeditera, željezničkih kompanija, transportnih kompanija i drugih nacionalnih i međunarodnih institucija, partneri na ADRIPASS projektu i pridruženi partneri su se početkom 2020. godine obavezali na potpisivanje Memoranduma o razumijevanju za poboljšanje regionalne i prekogranične saradnje u Jadransko-jonskom regionu ADRIPASS projekta, kao važnom koraku ka osiguranju preduvjeta za ekološki prihvatljiva rješenja multimo-

dalnog teretnog prometa i uspostavljanju kvalitetne mreže multimodalnih terminala u jugoistočnoj Evropi. Svrha Memoranduma je da se pojača saradnja i da se kreira transnacionalna mreža za saradnju koja će raditi na razmjeni informacija, znanja i iskustava u cilju pronalazjenja multimodalnih i održivih transportnih rješenja i definiranja konkretnih mjera za pojednostavljenje teretnog prometa.

Na 8. sjednici Vijeća ministara Bosne i Hercegovine od 11. 6. 2020. godine u predloženom dnevnom redu je bio Nacrt memoranduma o razumijevanju za poboljšanje regionalne i prekogranične povezanosti u Jadransko-jonskom regionu. Vijeće ministara BiH utvrdilo je Prijedlog memoranduma o razumijevanju za poboljšanje regionalne i prekogranične povezanosti u ovoj regiji koji će biti dostavljen Predsjedništvu BiH, a za potpisnika je predložen ministar komunikacija i prometa.

Cilj Memoranduma je da se olakša transport robe, što ima ogroman značaj za ekonomski razvoj regiona, te da se kreira transnacionalna mreža za saradnju koja će biti korištena za razmjenu informacija, znanja i iskustava radi pronalazjenja održivih prometnih rješenja i

definiranja konkretnih mjera za pojednostavljenje teretnog prometa.

Oblast saradnje, između ostalog, je unapređenje i otklanjanje „uskih grla“ na koridorima transevropskih mreža (TEN-T) i uspostavljanje osnovnih TEN-T koridora s fokusom na dio mreže koja je proširena na zapadni Balkan, gdje se nalazi najveći broj graničnih prijelaza. Potrebno je unaprijediti određena informaciona i komunikaciona tehnološka rješenja za ubrzanje tokova transporta roba u ADRIAN lukama, njihovom zaleđu, kao i kopnenim terminalima, čvorovima i koridorima, postavljajući standarde koji mogu biti međusobno preslikani na sisteme elektronske razmjene podataka na graničnim prijelazima i svim transportnim čvorovima u Jadransko-jonskom regionu. Potreba i korist implementacije multimodalnih i održivih transportnih rješenja, uklanjanje uskih grla u transportu robe i svih drugih mjera za olakšavanje transporta, podizanje efikasnosti transportnog sistema i veće konkurentnosti Jadransko-jonskog makroregiona je osnova Memoranduma o razumijevanju.

*Sabrina Teskeredžić*

# Mogućnosti za rast u BiH u vremenu Covid-19

Webinar „Mogućnosti za rast u Bosni i Hercegovini u vremenu Covid-19“, koji su organizovale Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine i Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), usješno je realizovan uz učešće više od 60 predstavnika vlada, domaćih i stranih institucija i organizacija, investitora te domaćih kompanija.

Na webinaru je razgovarano o neiskorištenim potencijalima za sofisticiranje izvoza i mogućnosti ulaganja u strateške sektore zapadnog Balkana, a posebno ekonomiju Bosne i Hercegovine. Pored navede-

nog, diskusija je imala za cilj ukazati na načine podrške preduzećima u jačanju proizvodnje i ulasku na strana tržišta kao načina za prevladavanje trenutne krize.

Učesnike je u ime Komore pozdravio njen predsjednik dr sc. Vjekoslav Vuković koji je, pored uvodnog obraćanja, govorio i na temu uticaja COVID-19 na poslovanje u BiH, ističući da je Komora u novonastalim okolnostima sve svoje kapacitete usmjerila na rješavanje aktuelne problematike te je, slijedom informacija i prijedloga sa terena, nadležnim organima uputila različite inicijative. Komora se pokazala kao pouzdan partner i zastupnik privrednika, ali i pouzdan sagovornik organima vlasti kada je u pitanju artikulisanje interesa i problema s kojima se privrednici susreću.

Na webinaru je prezentovan OECD-

ov izvještaj „Globalna jugoistočna Evropa: oslobađanje transformacionog potencijala za rast na zapadnom Balkanu“ koji je fokusiran na strukturni potencijal BiH. U izvještaju su navedene sljedeće preporuke sa srednjoročnom do dugoročnom perspektivom:

- osigurati lance snabdijevanja kroz nesmetan protok roba i usluga unutar i izvan regije;
- nastaviti uspješnu regionalnu saradnju kako bi se obezbijedili lanci snabdijevanja hranom;
- posebnu pažnju posvetiti zaštiti strateških sektora, a pritom nastaviti promovisati otvorenost tržišta i odgovornu politiku ulaganja;
- osigurati da direktne strane investicije služe svrsi ekonomskog razvoja;
- kontinuirano raditi na unapređenju dostupnosti i predvidivosti pravnih okvira za ulaganja;



chamber investment forum  
**western balkans 6**



U.C.C.I.A.L.

BASHKIMI I DHOMAVE TË TREGTISË DHE INDUSTRIË SË SHQIPËRISË  
UNION OF CHAMBERS OF COMMERCE & INDUSTRY OF ALBANIA



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



ODA EKONOMIKE E KOSOVËS  
KOSOVA CHAMBER OF COMMERCE



СТОПАНСКА КОМОРА  
НА МАКЕДОНИЈА  
ECONOMIC CHAMBER  
OF MACEDONIA



CHAMBER OF  
ECONOMY OF  
MONTENEGRO



CHAMBER OF  
COMMERCE AND  
INDUSTRY OF SERBIA  
1857



CAMERA DI COMMERCIO  
VENEZIA GIULIA  
TRIESTE GORIZIA

<http://www.wb6cif.eu/>

<http://www.investinsee.com/>



- podržati mala i srednja preduzeća u odgovoru na COVID-19 brzo i dobro koordinisanom podrškom koja podrazumijeva finansijske mjere;
- rješavati strukturalne probleme jačanjem digitalne transformacije malih i srednjih preduzeća i korištenjem inovativnih startapova u borbi protiv COVID-19;
- podstaći MSP-ove na e-trgovinu kako bi olakšali svoj ulazak na nova tržišta.

Nakon prezentacije je sa predstavnicima privatnog sektora održana i panel-diskusija čiji je cilj bio da se pronade balans sa razvojem događaja uslijed krize koja je dovela do značajnog smanjenja ekonomija u regionu, ali i širom svijeta (poremećaj globalnih lanaca vrijednosti – GVC, nedostatak investicija, zatvaranje poduzeća i povećanje nezaposlenosti).

Panelisti su imali priliku da kroz aktivnu diskusiju učesnika iz javnog i privatnog sektora o starim i novim izazovima koji su se javili uslijed pandemije predlože načine pružanja podrške preduzećima kako bi intenzivirala i ojačala proizvodnju te došla do stranih tržišta i tako prevazišla postojeću krizu.

Učesnici panel-diskusije bili su predstavnici bosanskohercegovačkih kompanija MEDENA COMMERCE d. o. o., Progresys Management & Engineering i AS HOLDING d. o. o. Selma Bradarić, Saldin Herac i Vedad Halilović, te predstavnica Ministarstva spoljne trgovine i ekonomskih odnosa BiH Tajana Bambarez.

Pored preporuka navedenih u Izvještaju, učesnici webinara su kroz diskusiju došli do nekoliko zaključaka čija bi realizacija doprinijela uspješnijem prevazilaženju aktuelne problematike u poslovanju izazvane koronavirusom:

- omogućiti jednostavniju proceduru za poslovna putovanja unutar regiona i EU;
- identifikovati i profilirati sektorske lidere (velike kompanije) koje bi bili nosioci izvoza i imali ulogu agregatora proizvoda malih i srednjih poduzeća;
- profilirati radnu snagu u skladu sa potrebama tržišta;
- unaprijediti razvoj upravljačkih vještina kod menadžmenta kompanija u cilju razvoja proizvoda da dodanom vrijednošću;
- omogućiti dostupnost kapitala za investicioni ciklus unutar kompanija (zbog smanjenja prihoda kompanije nisu u mogućnosti nastaviti planirane investicije);
- ubrzati stvaranje klastera unutar BiH.

Učesnicima webinara su se u ime OECD-a obratili Marzena Kisielewska, šefica Odjela za Jugoistočnu Evropu, Anita Richter, politička analitičarka, Antonio Fanelli, savjetnik za trgovinu i industriju, te Aleksander Siemaszko, zamjenik direktora Odjela za trgovinu i međunarodnu saradnju Ministarstva preduzetništva i tehnologije Poljske.

*Danijela Kovač*

## Upozorenje VTKBiH

# Ugrožen Međunarodni sporazum SR Njemačka - BiH

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine uputila je dopis Predsjedništvu BiH, Vijeću ministara BiH, Ministarstvu vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH i Ministarstvu vanjskih poslova BiH kojim je upozorila na problematiku u vezi s ugrožavanjem Sporazuma između Bosne i Hercegovine i SR Njemačke o zapošljavanju radnika bosanskohercegovačkih poduzeća sa sjedištem u BiH u svrhu izvršenja ugovora o izvođenju radova u SR Njemačkoj („Službeni list BiH“, broj 16/95) te uputila zamolbu za žurno iznalaženje rješenja za nesmetan nastavak provođenja Sporazuma.

Naime, Veleposlanstvo SR Njemačke u Sarajevu je zbog koronavirusa obustavilo svoj rad te tako poništilo termine za izdavanje viza i do daljnog obustavilo njihovo izdavanje. Samim time ne postoji način da gospodarski subjekti realiziraju ugovorene poslove zbog nemogućnosti dobivanja radnih ulaznih viza u SR Njemačku.

Vanjskotrgovinska komora BiH je dobila niz inicijativa i dopisa od gospodarskih subjekata koje i u ovo teško vrijeme izvršavaju ugovorene obaveze u SR Njemačkoj u kojima nas upozoravaju na moguće probleme s viziranjem radnika.

U ovakvoj situaciji bosanskohercegovačke tvrtke dolaze u potpunu pravnu nesigurnost kada mogu zaključiti ugovore o izvođenju radova te pribaviti ulazne radne vize za detaširane radnike i osigurati njihov dolazak na ugovoreni početak izvođenja radova.

To dovodi korisnike detašmana u veoma težak položaj, što za posljedicu ima raskidanje ugovora s njemačkim partnerima i znatno slabi njihovu poziciju na tržištu SR Njemačke i onemogućava provedbu međudržavnog Sporazuma o detašmanima.

Također, nakon ponovnog otvaranja Konzularnog odjela može se očekivati značajno povećan broj zahtjeva za izdavanje viza i postoji zabrinutost za raspoloživost dovoljnog broja termina za viziranje. Komorski sustav u BiH pod pritiskom je gospodarstva koje očekuje žurno rješavanje ovog problema.

Svjesni sveopće situacije, a uzimajući u obzir težinu i ogroman značaj detašmana za gospodarstvo Bosne i Hercegovine, naglašavamo da ovaj problem izravno ugrožava 2.000 radnih mjesta, a neizravno mnogostruko više finansijsku realizaciju na razini BiH.

*\* Do zaključenja ovog izdanja Infokoma (20. jula 2020. godine) aktualna problematika u vezi s detaširanim radnicima nije bila riješena.*

# Cestovnom prijevozu putnika potrebna podrška države kako bi opstao

**B**osanskohercegovačke kompanije koje se bave poslovnom djelatnošću cestovnog prijevoza putnika već dugi niz godina vode iscrpljujuću bitku za opstojnost njih samih, ali i javnog cestovnog prijevoza putnika. Mnogo je faktora koji determinišu ovu oblast bosanskohercegovačke privrede te imaju direktan utjecaj na poslovni rezultat. Nastojanja u kreiranju dobrog ugleda jednog prijevoznika u oblasti cestovnog prijevoza putnika ne završavaju nabavkom modernog i savremeno opremljenog autobusa. Naime, to je tek početak. Između početnog i krajnjeg rezultata, koji se mjeri brojem putnika, prolaze se brojne faze, počevši od istraživanja tržišta, pronalaska partnera, kreiranja i usklađivanja linija, dobijanja dozvola za pojedinačne linije, tzv. „razrađivanja“ linija... pa tek onda do putnika.

Putnik i njegovo zadovoljstvo uslugom je osnov ove djelatnosti i od njega zavisi gotovo čitav navedeni proces. Iz godine u godinu broj putnika na redovnim autobuskim linijama se umanjuje, bez obzira da li se radi o domaćem ili međunarodnom cestovnom prijevozu putnika. Na ovo uječe veliki broj faktora, međutim niti jedan faktor do sada nije uporediv i mjerljiv sa aktuelnom pojavom pandemije uzrokovane COVID-19.

Kao jedna od prvih mjera protiv širenja pandemije uvodi se potpuna zabrana obavljanja javnog cestovnog prijevoza putnika. Ova mjera dovodi prijevoznike kompanije do ruba propasti. Bez imalo pretjerivanja, hiljade radnih mjesta se dovodi u nesiguran položaj. Vlasnici i menadžment kompanija se nalaze u situaciji koju niko nije mogao predvidjeti, a na koju nemaju adekvatan odgovor. Odgovornost za opstanak kompanija i zadržavanje postojećih

radnih mjesta rezultiralo je poslovnim frustracijama koje su aktuelne i danas, a sve zbog neizvjesnosti trajanja krize.

Na osnovu podataka koje je Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine dobila direktnim usmenim kontaktima sa svojim članicama, ali i putem njihovog anketiranja, postalo je jasno da će se direktna šteta koju trpe ove kompanije zbrajati u stotinama miliona konvertibilnih maraka. Indirektna šteta će biti osjetna i kroz punjenje proračuna preko direktnih i indirektnih poreza.

## Javni cestovni prijevoz putnika mora opstati

Jasno je da je državi Bosni i Hercegovini od posebne važnosti očuvati što veći broj radnih mjesta pa je neophodno iscrpiti sve mogućnosti da se to i ostvari. Stoga će svi nivoi vlasti i odlučivanja morati dati svoj puni angažman kako bi se situacija u kojoj se nalaze ove kompanije dovela u prihvatljive okvire. Potrebno je hitno donositi odluke i pristupiti mogućim izvorima subvencija za ove kompanije. Napominjemo, bez ikakvih loših konotacija (već samo kao primjer), moguće je zamisliti državu bez nekog vida privredne djelatnosti, ali zamisliti teritorijalno pripadajuću evropsku državu bez svog javnog cestovnog prijevoza putnika je prosto nemoguće!

Podsjećamo, na samom početku krize uzrokovane pojavom pandemije Vanjskotrgovinska komora BiH je nadležnim nivoima odlučivanja upućivala inicijative za olakšice bh. privrednicima.

Jedna od inicijativa upućena je **agencijama za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske** (12. 3. 2020. godine) kojom je traženo: šestomjesečna suspenzija pla-

ćanja kredita za kompanije koje posluju u područjima pogođenim virusom COVID-19, odobravanje kreditnih linija za likvidnost u trajanju do šest mjeseci, moratorij na otplatu kreditnih i leasing zaduženja, odgađanje plaćanja poreza i doprinosa tokom proglašenog kriznog perioda za sve zaposlene u agencijama, hotelijerstvu i putničkom prijevozu...

Zbog dodatnog usložnjavanja teškog položaja, 18. 6. 2020. godine je u prostorijama Komore, samo o ovom pitanju, održana sjednica Odbora Udruženja prijevoznika u međunarodnom i međuentitetskom cestovnom prijevozu putnika VTKBiH. Poštujući nametnute mjere protiv širenja pandemije COVID-19, traženi su mogući modaliteti mjera za prevazilaženje teške i izuzetno kompleksne situacije u kojoj se nalaze ove kompanije. Kao rezultat rasprave, predloženi su mogući modaliteti subvencija ili pomoći ovim kompanijama, a ujedno i ovoj grani bosanskohercegovačke privrede. Prijedlog mjera dostavljen je svim nadležnim nivoima vlasti u Bosni i Hercegovini i nadležnim organima iz oblasti cestovnog prijevoza putnika.

U cilju spašavanja i održavanja ove bh. privredne grane, Odbor Udruženja predlaže svim nivoima vlasti u Bosni i Hercegovini poduzimanje sljedećih radnji iz svoje nadležnosti:

## Vijeću Ministara Bosne i Hercegovine:

1. Predlaže se osnivanje privremenog koordinacionog tijela za pomoć bosanskohercegovačkim kompanijama koje se bave domaćim i međunarodnim javnim cestovnim prijevozom putnika, s ciljem sveobuhvatne analize trenutnog stanja te prijedlogom

moćnih modaliteta i mjera za prevazilaženje krize poslovanja nastale uvođenjem mjera protiv širenja pandemije COVID-19.

2. Iznaći moguće modalitete pomoći u vidu subvencioniranja kompanija koje se bave cestovnim javnim prijevozom zbog nepredviđenih i neplaniranih troškova nametnutih mjerama nadležnih tijela protiv širenja pandemije koje su rezultirale potpunom ili djelimičnom zabranom obavljanja djelatnosti međunarodnog i domaćeg cestovnog prijevoza putnika. Pomoć u vidu subvencioniranja trebala bi trajati sve do momenta normalizacije transportnih aktivnosti u obimu prije početka pandemije.
3. Konačni cilj subvencioniranja je očuvanje radnih mjesta i pomoć kompanijama kako ne bismo došli u fazu otpuštanja velikog broja radnika i konačne likvidacije kompanija.
4. Koordinaciono tijelo bi trebalo biti sastavljeno od predstavnika institucija i organa nadležnih za oblast transporta, finansija, vanjskih poslova, sigurnosti i predstavnika kompanija koje se bave djelatnošću prijevoza putnika.
5. Predstavnik koordinacionog tijela bi trebao biti dostupan prijevozničkim kompanijama kao kontakt tačka za pružanje informacija o svim aktivnostima koje provodi to tijelo u vezi sa ublažavanjem nastale štete uzrokovane pandemijom COVID-19.

### **Upravi za indirektno oporezivanje Bosne i Hercegovine:**

Inicirati i pristupiti izmjenama i dopunama Zakona o akcizama i Pravilnika o primjeni Zakona o akcizama tako da se omogući privremeno oslobađanje putarina kao vrste indirektnog poreza na gorivo, koje se koristi kao pogonsko gorivo za obavljanje javnog cestovnog prijevoza putnika, sve do normalizacije transportnih tokova, u obimu prije početka pandemije.

### **Ministarstvu komunikacija i transporta Bosne i Hercegovine:**

1. Predlaže se da se u najkraćem mogućem roku organizira sastanak predstavnika Udruženja i predstavnika VTKBiH sa ministrom i zamjenikom ministra komunikacija i transporta Bosne i Hercegovine na kojem bi se

razgovaralo o iznimno teškom položaju bosanskohercegovačkih cestovnih prijevoznika putnika te iznašli mogući modaliteti za pomoć ovoj privrednoj grani koja je u najvećem stepenu pogođena pandemijom i nametnutim mjerama domaćih i međunarodnih nadležnih tijela protiv njenog širenja.

2. Predlaže se dodatno produženje roka za vraćanje registarskih tablica za vozila kojima je istekla registracija, i to do 31. 12. 2020. godine.
3. Poduzeti mjere i radnje iz nadležnosti Ministarstva s ciljem umanjavanja pojave rada na crno u međunarodnom cestovnom prijevozu putnika.
4. Obaviti bilateralne razgovore o načinu, uslovima i omogućavanju odvijanja redovnog linijskog i vanlinijskog prijevoza sa svim državama sa kojima ili kroz koje se odvija cestovni prijevoz putnika, a prvenstveno sa susjednim državama Republikom Hrvatskom, Republikom Srbijom i Crnom Gorom, s ciljem poboljšanja trenutnog položaja bosanskohercegovačkih prijevoznika i stvaranja provodivih uslova za obavljanje ovog prijevoza.

### **Ministarstvu vanjskih poslova Bosne i Hercegovine:**

Predlaže se da Ministarstvo vanjskih poslova Bosne i Hercegovine, preko diplomatsko-konzularnih predstavnika u inostranstvu, poduzme sve moguće aktivnosti s ciljem poboljšanja položaja naših cestovnih prijevoznika putnika i pružanja pomoći za kreiranje povoljnog ambijenta za obavljanje ovog vida cestovnog prijevoza tako da se prema bosanskohercegovačkim cestovnim prijevoznicima putnika poduzimaju istovjetne mjere kao i prema prijevoznicima iz država Evropske unije i Schengenskog prostora.

### **Vladi Federacije BiH, Vladi Republike Srpske i Vladi Brčko distrikta BiH**

1. Predlaže se Vladi Federacije BiH, Vladi Republike Srpske i Vladi Brčko distrikta BiH omogućavanje povrata dijela uplaćenih naknada pri registraciji vozila za period u kojem je djelimično ili potpuno onemogućena djelatnost cestovnog prijevoza putnika.

2. Predlaže se, kao vid subvencije kompanijama koje se bave javnim cestovnim prijevozom putnika, povrat dijela dolje navedenih uplaćenih naknada pri registraciji vozila/autobusa za period uvedenih mjera, kao i privremeno oslobađanje od obaveze uplate naknada za produženje registracije vozila/autobusa kojima je istekla registracija, a koji zbog nametnutih mjera ne prometuju uopšte ili prometuju djelimično, u odnosu na obim prije početka nametanja mjera od nadležnih tijela, i to:

- **posebna naknada za okoliš**, regulisana *Uredbom o posebnim naknadama za okoliš koje se plaćaju pri registraciji motornih vozila* („Službene novine FBiH“, broj 14/11) i *Odlukom o jediničnim naknadama za zagađivanje životne sredine za motorna vozila* („Službeni glasnik RS“, broj 116/18),
- **godišnja naknada za javne ceste**, regulisana *Uredbom o visini godišnje naknade za javne ceste koja se plaća pri registraciji motornih i priključnih vozila* („Službene novine FBiH“, broj 9/16) i *Odlukom o visini godišnje naknade za javne puteve koja se plaća pri registraciji motornih i priključnih vozila* („Službeni glasnik RS“, broj 110/09),
- **posebna vodoprivredna naknada za registraciju vozila**, regulisana *Odlukom o visini posebnih vodnih naknada* („Službene novine FBiH“, br. 46/07, 10/14 i 03/16) i *Odlukom o stopama posebnih vodnih naknada* („Službeni glasnik RS“, br. 53/11 i 119/11).

Na ovaj način bi se obezbijedila značajna sredstva koja bi jednim dijelom poboljšala izuzetno težak položaj prijevozničkih firmi i pomogla u nastojanjima očuvanja broja trenutno zaposlenih radnika.

Ovim putem želimo skrenuti pažnju nadležnim institucijama i organima na svim nivoima u Bosni i Hercegovini **da je javnom cestovnom prijevozu putnika potrebna podrška države kako bi opstao i prebrodio krizu u kojoj se nalazi**, a koja nije prouzrokovana lošim rukovođenjem kompanijama, nego nametnutim mjerama i zabranama domaćih i međunarodnih zdravstvenih tijela, odnosno vlada tih država s ciljem sprečavanja pandemije COVID-19.

*Pripremio: Irnis Delija*



## Komora dobila apsolutnu podršku za svoj rad

Redovna sjednica Skupštine Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine održana je 25. 6. 2020. godine u hotelu Holiday u Sarajevu. Na sjednici je razmatran i jednoglasno usvojen Izvještaj o radu VTKBiH i Izvještaj o materijalno-finansijskom poslovanju.

Zastupnici su izrazili zadovoljstvo održanom prezentacijom Izvještaja o radu te podržali rad i zalaganje Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine u vrijeme pandemije. Istaknuto je da je Komora u proteklom periodu svojim intenzivnim pregovorima, razgovorima i prijedlozima, u saradnji sa istovjetnim komorama u regionu i unutar Bosne i Hercegovine, nastojala očuvati lance snabdijevanja i koridore za prometovanje određenih roba te ukazivala i rješavala aktuelne probleme nastale pojavom pandemije COVID-19.

## Projekat „Podrška individualnim nastupima MSP-a iz BiH na sajmovima u zemljama EU“ prolongiran je do 30. 9. 2021. godine

Podrška se odnosi na 10 individualnih nastupa na sajmovima za po 5 firmi iz metaloprerađivačkog i drvoprerađivačkog sektora, od kojih su realizirana dva nastupa u zimskom periodu, dok proljetni nastupi nisu realizirani zbog otkazivanja sajamskih događaja uslijed pandemije koronavirusa.

Prolongiranje projektnog perioda praktično znači da će preostalih 8 kompanija korisnica biti u mogućnosti realizirati svoje individualne nastupe do ljeta 2021. godine.

Projekat implementira Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine u sklopu Mehanizma za podršku implementaciji strategija razvoja MSP-a (SIEM) Evropskog okvira za razvoj strategija i politika za mala i srednja preduzeća u Bosni i Hercegovini (SBA u BiH) koji finansira Sida putem Ambasade Švedske u BiH, a provodi Eda – Agencija za razvoj preduzeća iz Banje Luke.

## Usvojen zahtjev BiH za izmjenom radnog vremena na graničnim prijelazima

Vanjskotrgovinska komora BiH je zvanično obaviještena od Ambasade Republike Hrvatske u Bosni i Hercegovini da je došlo do izmjene radnog vremena fitosanitarne inspekcije Republike Hrvatske na graničnim prijelazima Stara Gradiška i Nova Sela.

Radno vrijeme na navedenim graničnim prijelazima, kako se navodi u obavijesti, od ponedjeljka do petka je od 07:00 do 19:00 sati i subotom od 07:00 do 15:00 sati.

Više informacija o radnom vremenu inspeksijskih organa dostupno je na internetskoj stranici Državnog inspektorata Republike Hrvatske <https://dirh.gov.hr/istaknute-teme/282>.

Vanjskotrgovinska komora BiH i sve njene članice izražavaju zadovoljstvo i zahvalnost Ministarstvu vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH na provedenim aktivnostima koje će u narednom periodu olakšati izvoz svježeg voća i povrća iz Bosne i Hercegovine.

Podsjećamo, nakon usvajanja nove legislativne u EU krajem 2019. godine, izvoznici svježeg voća i povrća iz Bosne i Hercegovine suočavaju se sa poteškoćama kod plasmana svojih proizvoda u EU. Naime, Evropska unija donijela je Provedbenu direktivu o zaštitnim mjerama protiv unošenja u EU organizama štetnih za bilje i biljne proizvode i protiv njihovog širenja unutar Evropske zajednice broj 2019/523 od 21. 3. 2019. godine. Na osnovu donesene direktive države članice su morale donijeti zakone i druge propise potrebne za usklađivanje sa ovom direktivom do 31. 8. 2019. godine i dostaviti ih Komisiji. Primjena ove direktive je počela od 1. 9. 2019. godine.

Slijedom toga, Republika Hrvatska, članica Evropske unije koja graniči sa Bosnom i Hercegovinom, odredila je samo dva granična prijelaza na koje pošiljke bilja, biljnih proizvoda i drugih predmeta koji podliježu nadzoru fitosanitarne inspekcije mogu ulaziti iz Bosne i Hercegovine, i to GP Stara Gradiška na sjeveru i GP Nova Sela (Metković). Nadzor na ovim graničnim prijelazima se vrši samo radnim danom, i to od 08:00 do 16:00 sati na GP Stara Gradiška, odnosno od 07:00 do 15:00 sati na GP prijelazu Nova Sela.

Novom evropskom legislativom koja definiše službene kontrole predviđen je fitosanitarni pregled za biljne kulture i robu koju prethodno po ovom osnovu nije pregledala fitosanitarna inspekcija. Time se povećao broj fitosanitarnih pregleda i stvorile gužve na granici. To je osnovni razlog kojeg se ukazala potreba za povećanjem broja graničnih prijelaza na kojima bi se mogao vršiti fitosanitarni nadzor i produženjem radnog vremena postojećih graničnih prijelaza.

Za BiH je važan nesmetani izvoz, posebno imajući u vidu činjenicu da je sektor voća i povrća u 2019. godini ostvario ukupan izvoz od 188 miliona KM i da se 61% izvoza odnosi na zemlje EU (za većinu isporuka bh. izvoznika Hrvatska je tranzitna zemlja).

Na osnovu analize razmjene za sektor voća i povrća u periodu 2017-2019. godine a gledajući sezonalnost izvoza, prosječno se tokom jula i augusta u ovom sektoru izvozi 500 šlepera mjesečno (šleper = 20 tona).

Pet najkonkurentnijih proizvoda iz sektora voća i povrća nosi 52% vrijednosti ukupnog izvoza. Tih 5 proizvoda su: smrznute maline, svježe kruške, jabuke, kornišoni i šljive.



## Mrežna platforma EU za pomoć turizmu: „Re-open EU“

Evropska komisija je pokrenula novi alat za pomoć turizmu – novu mrežnu platformu „Re-open EU“ na kojoj se mogu naći informacije na 24 službena jezika EU u stvarnom vremenu o granicama, dostupnim prijevoznim sredstvima i turističkim uslugama, javnozdravstvenim i sigurnosnim mjerama u državama članicama.

Na stranici se mogu naći praktične informacije država članica o ograničenjima putovanja, javnozdravstvenim i sigurnosnim mjerama, primjerice o ograničavanju socijalnih kontakata ili nošenju maski, jesu li crkve i muzeji otvoreni, jesu li dopuštena okupljanja i koliko se ljudi može okupiti na jednom mjestu te druge korisne informacije o turističkoj ponudi u EU.

Nova platforma, koja je prilagođena i upotrebi na mobilnim telefonima kao internetska aplikacija, služi kao glavna referentna tačka za svakog ko putuje u EU jer su na njoj centralizirane ažurirane informacije od Komisije i država članica.

Novom namjenskom internetskom stranicom Komisija želi pomoći uključenim preduzećima i zainteresiranim korisnicima da se lakše povežu, posebno pri putovanju u inozemstvo.

Komisija će na platformi „Re-open EU“ davati i relevantne informacije o turističkoj ponudi u državama članicama, među ostalim o inicijativama EU kao što su evropske prijestolnice pametnog turizma, evropske destinacije izvrsnosti (EDEN) i evropske prijestolnice kulture.

## Ukinuta obaveza kontrole kvalitete pri izvozu trupaca, rezane građe, drveta za ogrjev...

Vlada Federacije BiH, u cilju usklađivanja postupanja inspekcijskih organa entiteta i Brčko distrikta pri izvozu drvnih sortimenata iz Bosne i Hercegovine, kao i olakšanja poslovanja privrednicima i smanjenja parafiskalnih nameta donijela je dvije odluke:

– Odluku o izmjeni Odluke o određivanju proizvoda koji podliježu kontroli kvaliteta pri uvozu i izvozu („Službene novine Federacije BiH“, broj 45/20) kojom se ukida obaveza kontrole kvaliteta pri izvozu trupaca, rezane građe, drveta za ogrjev i suhu destilaciju, celuloznog i oblog tehničkog drveta od ovlaštenih preduzeća i

– Odluku o izmjeni Odluke o određivanju proizvoda za koje kontrolu kvaliteta obavljaju poduzeća koja je ovlastilo Federalno ministarstvo trgovine („Službene novine Federacije BiH“, broj 45/29) kojom se ukida obaveza kontrole kvaliteta pri izvozu trupaca, rezane građe, drveta za ogrjev i suhu destilaciju, celuloznog i oblog tehničkog drveta od ovlaštenih preduzeća.

Navedene odluke su stupile na snagu 9. 7. 2020. godine i od tog dana se pri izvozu trupaca, rezane građe, drveta za ogrjev i suhu destilaciju, celuloznog i oblog tehničkog drveta ne vrši kontrola kvaliteta.

## EU izdvojila 20 miliona eura za poljoprivredno-prehrambeni sektor u BiH

Evropska unija, kako se navodi na stranici UNDP-a u Bosni i Hercegovini, izdvojila je 20 miliona eura za modernizaciju poljoprivredno-prehrambenog sektora u Bosni i Hercegovini.

Sredstva će biti dostupna u okviru četverogodišnjeg projekta EU4Agri (2020-2024) koji će podržati oko 2.600 poljoprivredno-prehrambenih proizvođača diljem BiH.

Na ovaj način EU pruža podršku ovom sektoru ne samo u otvaranju novih radnih mjesta već očuvanju postojećih i oporavku od posljedica COVID-19 pandemije. Ukupna vrijednost projekta iznosi 20,25 miliona eura, a provode ga i sufinansiraju sa 250.000 eura sredstava Razvojni program Ujedinjenih nacija (UNDP) u BiH i Češka razvojna agencija (CzDA).

Prvi javni pozivi za dodjelu grantova u okviru projekta EU4Agri planirani su za juli, septembar i oktobar 2020. godine a svi pozivi bit će objavljeni na internetskoj stranici UNDP-a, kao i na društvenim mrežama EU u BiH.

## Obavijest za EUR 1 certifikat iz Turske

Na osnovu akta Ministarstva trgovine Republike Turske u kojem je obrazloženo da od 1. jula 2020. godine njihov EUR-1 certifikat neće imati potpis organa koji ga je izdao te da se validnost tog EUR-1 certifikata može provjeriti ili na osnovu otisnutog QR koda ili na osnovu pristupa službenoj internetskoj stranici Ministarstva trgovine Republike Turske korištenjem jedinstvenog linka upisanog u svakom EUR-1 certifikatu uzdužno sa lijeve strane, kao i na osnovu akta Ministarstva vanjske trgovine i ekonomskih odnosa Bosne i Hercegovine, Uprava za indirektno oporezivanje Bosne i Hercegovine dala je upute svim carinskim ispostavama o ovim promjenama na EUR-1 certifikatu iz Turske.

U otklanjanju nastalih zastoja i početnih nedoumica nadležnih organa u Bosni i Hercegovini pri postupanju i prihvatanju tako izdatog EUR-1 certifikata proaktivno djelovanje je imala i Vanjskotrgovinska komore Bosne i Hercegovine, koja nastoji biti pokretač digitalne transformacije u Bosni i Hercegovini, spremna da preuzme ulogu izdavaoca EUR-1 certifikata i drugih dokumenata u Bosni i Hercegovini na sličan i odgovoran način, korištenjem savremenih i potpuno sigurnih elektronskih modela i alata.

# Obim razmjene BiH sa svijetom manji za oko 17 odsto

Spoljnotrgovinska razmjena posmatrana po sektorima privrede ukazuje na najveći pad uvoza i izvoza upravo onih sektora koji su najviše pogođeni pandemijom, dok je agroindustrija jedina grana koja se pokazala održivom i na koju BiH treba gledati kao potencijalni generator rasta u budućnosti.

**U**kupan obim spoljnotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine u periodu januar-juni 2020. godine iznosio je 13.289.605.000 KM i smanjen je za 16,96%, odnosno 2,71 milijardi KM u odnosu na isti period prethodne godine.

- Izvoz iz BiH iznosio je 5.096.794.000.000 KM i manji je za 15,27%, odnosno 918 miliona KM.
- Uvoz u BiH iznosio je 8.192.857.000 KM i manji je za 17,98%, odnosno 1,79 milijardi KM.
- Ukupan saldo spoljnotrgovinske razmjene je smanjen za 22% i iznosi -3.096.108.000 KM.
- Pokrivenost uvoza izvozom je pove-

ćana za 3,30% i iznosi 62,2%.

Pokazatelji spoljnotrgovinske razmjene odražavaju nepovoljnu sliku razmjene koja je uzrokovana pandemijom COVID-19, prije svega smanjenjem izvoza na tržišta glavnih trgovinskih partnera:

- Njemačka -8,5% (-73 miliona KM)
- Hrvatska -5,5% (-41 miliona KM)
- Srbija -17% (-113 miliona KM)
- Austrija -11,1% (-61 miliona KM)
- Italija -34,6% (-245 miliona KM)

te smanjenjem izvoza na sva ostala tržišta osim na tržište Švajcarske.

Posljedica smanjenja uvoza u BiH uzrokovana je stagnacijom razmjene u posmatranom periodu, odnosno

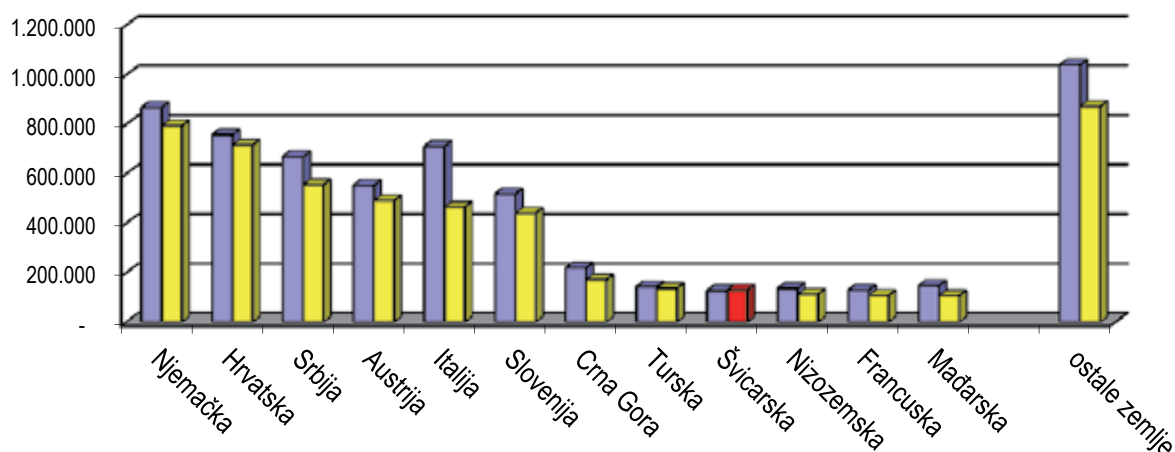
smanjenom ukupnom domaćom potražnjom i potrošnjom te smanjenjem cijena nafte i naftnih derivata u navedenom periodu.

Uvoz je takođe smanjen iz gotovo svih glavnih trgovinskih partnera:

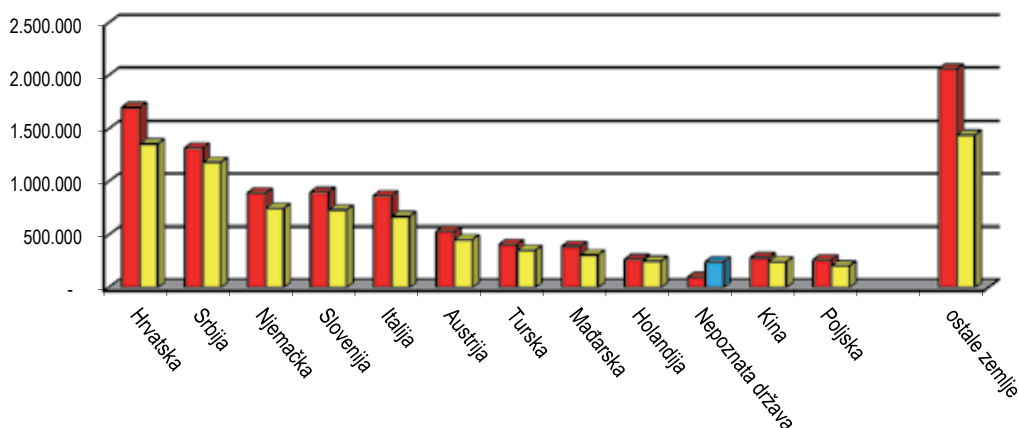
- Hrvatska -20,4% (-347 miliona KM)
- Srbija -10,3% (-135 miliona KM)
- Njemačka -16,4% (-145 miliona KM)
- Slovenija -18,7% (-168 miliona KM)
- Italija -22,7% (-195 miliona KM)

Suficit i dalje ostvarujemo sa Njemačkom i Austrijom, a najveći obim razmjene ostvaren je sa Hrvatskom, Srbijom, Njemačkom, Slovenijom, Italijom itd.

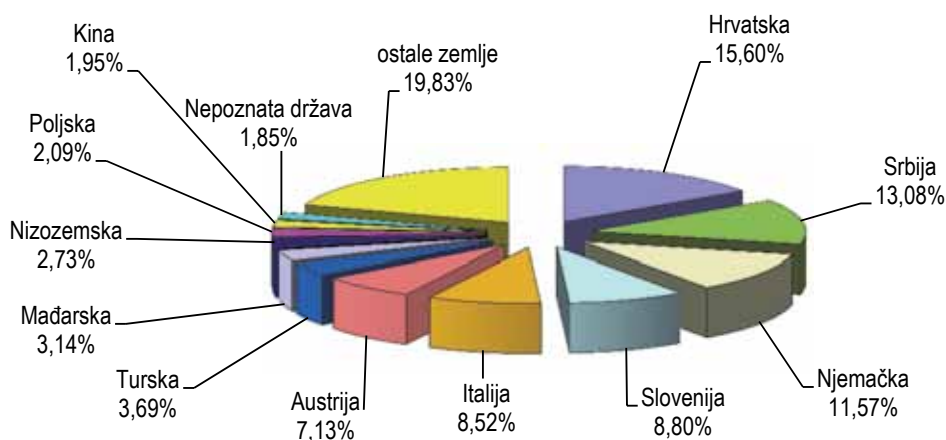
Uporedba izvoza BiH za prvih šest mjeseci 2020. u odnosu na isti period 2019. po zemljama vodećim partnerima u izvozu BiH



**Uporedba uvoza BiH za prvih šest mjeseci 2020. u odnosu na isti period 2019. po zemljama vodećim partnerima u uvozu BiH**



**Učešće zemalja vodećih partnera u ukupnom obimu razmjene BiH za prvih šest mjeseci 2020.**



**EU glavni trgovinski partner**

U ukupnom izvozu iz BiH 72,5% odlazi na zemlje EU.

Od ukupnog uvoza u BiH 66,6% je sa tržišta EU.

BiH je izvezla robe na područje EU u vrijednosti od 3,69 milijardi KM i izvoz je smanjen za 16%. Kako je prethodno naglašeno, izvoz je smanjen u gotovo sve članice EU. Uvoz je takođe smanjen iz gotovo svih članica EU.

Zabilježen je porast izvoza na tržište Irske, Finske i Portugala, dok je rast uvoza ostvaren iz Finske, Bugarske, Letonije i Estonije.

Ukupan uvoz iz zemalja EU iznosio je 5,45 milijardi KM i manji je za 20% u odnosu na isti period prethodne godine.

Glavni trgovinski partner iz EU po obimu razmjene je Hrvatska. Obim razmjene sa Hrvatskom iznosio je 2,07 milijardi KM a pokrivenost uvoza izvozom oko 53%.

**Na tržište Hrvatske izvezeno je robe u vrijednosti od 715 miliona KM, od čega najviše (u KM):**

2716	Električna energija	133.648.700
7314	Tkanine (uključujući beskrajne vrpce), rešetke, mreže	31.396.071
6406	Dijelovi obuće (uključujući gornji dio)	30.826.067
6115	Hula-hop čarape, uključujući i one bez stopala, čarape i slično	28.159.906
4407	Drvo obrađeno po dužini piljenjem, glodanjem ili rezanjem	26.510.337

**Sa tržišta Hrvatske uvezli smo robe u vrijednosti od 1,35 milijardi KM, od čega najviše (u KM):**

2710	Naftna ulja i ulja dobivena od bitumenskih minerala	335.608.545
1806	Čokolada i ostali prehrambeni proizvodi koji sadrže kakao	42.842.448
1701	Šećer od šećerne trske ili šećerne repe i hemijski čista saharoza	29.847.286
2523	Portland-cement, aluminatni cement, cement troske	25.178.248
8517	Električni aparati za žičnu telefoniju i telegrafi	24.827.717

## CEFTA 2006

Nakon EU BiH najviše izvozi u zemlje CEFTA regiona. Od ukupnog izvoza, 16,4% se izvozi na tržišta CEFTA-e. U šest mjeseci tekuće godine ukupan izvoz iz BiH na ovo tržište iznosio je 837 miliona KM i manji je za 16% u odnosu na prošlu godinu.

Od ukupnog uvoza u BiH, 15,9% je iz CEFTA regiona. U posmatranom periodu uvoz je iznosio 1,22 milijardi KM i manji je za 10% u odnosu na prošlu godinu.

Izvoz je smanjen u sve zemlje osim Kosova (Kosovo ima nisku bazu uporedbe), dok je uvoz smanjen samo iz Srbije, Sjeverne Makedonije i Albanije.

Pokrivenost uvoza izvozom je 64,4%. BiH ostvaruje suficit sa svim zemljama osim Srbije i Moldavije.

## BiH i ostala tržišta

Od ukupnog izvoza BiH 11% ide na ostala tržišta (uključujući i zemlje EFTA sporazuma).

BiH je na tržište EFTA-e izvezla robe u vrijednosti od 142 miliona KM i ukupan izvoz je povećan za 1,5% zbog povećanja izvoza na tržište Švajcarske.

Uvoz iz EFTA-e je smanjen za preko

**Srbija je najznačajniji partner po obimu razmjene. U prvih šest mjeseci na tržište Srbije smo izvezli 555 miliona KM (-17% u odnosu na prošlu godinu), od čega najviše (u KM):**

2704	Koks i polukoks od kamenog ugljena, mrkog ugljena	77.053.921
2716	Električna energija	70.705.628
7213	Toplo valjana žica od željeza ili nelegiranog čelika	32.705.292
4407	Drvo obrađeno po dužini piljenjem, glodanjem ili rezanjem	27.631.677
3004	Lijekovi (izuzev proizvoda iz tar. br. 30.02)	17.445.860

**Uvoz iz Srbije iznosio je 1,18 milijardi KM i manji je za 10% u odnosu na prošlu godinu. Najviše se uvezlo (u KM):**

2710	Naftna ulja i ulja dobivena od bitumenskih minerala	86.911.824
2309	Preparati koji se koriste za prehranu životinja	34.465.704
1905	Kruh, peciva, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi	30.729.725
1005	Kukuruz	29.226.377
1206	Sjeme suncokreta, uključujući lomljeno ili drobljeno	26.182.793

Pokrivenost uvoza izvozom je smanjena i iznosi tek 46,9%.

66% i iznosio je oko 106 miliona KM, a najviše je smanjen uvoz iz Švajcarske i Norveške.

Od ostalih tržišta, najveći obim razmjene ostvarujemo sa Turskom i Kinom. Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene sa Kinom iznosio je 259 miliona KM, od čega uvoz iz Kine izno-

si 245 miliona KM.

Sa Turskom i Kinom je smanjen obim razmjene kao posljedica smanjenja i izvoza i uvoza.

Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene sa Turskom iznosio je 490 miliona KM, od čega je uvoz iz Turske 354 miliona KM.

## Spoljnotrgovinska razmjena BiH po sektorima:

	1-6. 2019.		1-6. 2020.		u KM	
	uvoz	izvoz	uvoz	izvoz	porast u %	
					uvoz	izvoz
Agroindustrijski sektor	1.534.164.444	384.877.594	1.490.393.069	395.062.858	-2,85	2,65
Mineralna goriva (ugalj, koks, plin, nafta) i el. energija	1.404.700.387	500.683.979	860.841.815	403.819.926	-38,72	-19,35
Hem. farm. proizvodi, đubriva, plastika, kaučuk, guma...	1.561.243.455	713.117.633	1.428.978.069	636.955.800	-8,47	-10,68
Kamen, kreč, cement, beton, keramika i proizvodi	251.699.248	110.405.496	209.672.970	98.459.394	-16,70	-10,82
Koža, krzno, tekstil i proizvodi	1.009.443.811	793.928.347	819.745.348	668.179.588	-18,79	-15,84
Drvo, papir i namještaj	549.915.218	1.040.924.419	450.108.960	915.822.598	-18,15	-12,02
Rude, metali i proizvodi	1.177.547.125	1.204.866.194	948.243.346	843.680.892	-19,47	-29,98
Mašine, aparati, meh. uređaji, kotlovi, vozila, oružje	2.387.391.545	1.193.573.464	1.884.939.131	1.070.249.909	-21,05	-10,33
Ostali razni proizvodi	112.704.748	73.251.398	99.934.056	64.517.744	-11,33	-11,92
UKUPNO	9.988.809.981	6.015.628.523	8.192.856.762	5.096.748.709	-17,98	-15,27



### Vodeće tarife u izvozu u Tursku (u KM):

1512	Ulje od sjemena suncokreta, šafranike ili pamuka	35.604.724
7204	Otpaci i lomljevina od željeza ili čelika	18.319.964
9401	Sjedala (osim onih iz tarifnog broja 9402)	12.536.581
9306	Bombe, granate, torpeda, mine, rakete i slična vojna municija	10.977.348
0201	Goveđe meso, svježe ili rashlađeno	7.624.706

### Vodeće tarife uvoza iz Turske u BiH (u KM):

6109	T-majice, majice bez rukava i ostale potkošulje	12.170.271
0805	Agrumi, svježi ili suhi	10.549.071
7409	Bakrene ploče, limovi i trake, debljine veće od 0,15 mm	10.026.162
7604	Šipke i profili od aluminijuma	8.671.459
8418	Hladnjaci, zamrzivači i ostali uređaji	6.452.246

Ekonomija Bosne i Hercegovine je već u martu suočena sa padom proizvodnje i spoljnotrgovinske razmjene uslijed zatvaranja granica zemalja u regionu i zemalja EU prema regionu.

Prema prognozama MMF-a, pad BDP-a u Evrozoni u tekućoj godini biće

8,7%, što je mnogo više od prognoza na početku pandemije. Vijeće ECB-a je donijelo odluku o uspostavi nove linije monetarne intervencije pod nazivom Pandemic Emergency Purchase Program (PSPP) koja ima za cilj podizanje likvidnosti bankarskog sistema te

je umirila finansijska tržišta Evrozone. Međutim, budućnost je još uvijek neizvjesna a BiH, kao izvozno orijentisana i uvozno ovisna zemlja, nema sistem koji bi ju zaštitio od spoljnih uticaja te je teško prognozirati oporavak bh. tržišta bez analize događaja na globalnoj ekonomskoj sceni.

Ukoliko ne bi bilo najavljenog drugog vala pandemije te granice ostanu otvorene, BiH bi već sljedeće godine mogla da očekuje blagi oporavak. Stabilnost i rast ekonomije ovisi uveliko o glavnim trgovinskim partnerima, prvenstvena EU a zatim zemalja CEFTA-e. Kako je pandemija uzrokovala pad ekonomskih aktivnosti i usporavanje ekonomija na globalnom nivou, očekivati je da će tokom 2020. godine doći do izražajnijeg usporavanja ekonomske aktivnosti i u BiH. Ono što se pokazalo kao snažan pokretač razvoja naše ekonomije je potrošnja.

*Sektor za makroekonomski sistem STKBiH*

## ASOCIJACIJA

### Grafička i papirna industrija BiH

Sjednica Odbora Asocijacije grafičke i papirne industrije Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine održana je 3. jula 2020. godine putem Zoom platforme, a glavna tema sjednice bila je poslovanje kompanija u vrijeme pandemije.

U raspravi je istaknuto da su štamparije imale probleme u poslovanju, posebno u prvim mjesecima pandemije, zbog nedostatka narudžbi i potrebe za štampom, ali da su ipak nastojale sačuvati zaposlene. One štamparije koje su proizvodile papirnu i kartonsku ambalažu i etikete imale su porast proizvodnje i izvoza. Posljednji mjesec se stanje osjetno poboljšava, ali neizvjesnost je i dalje prisutna.

U periodu I-VI mjeseca 2020. godine, prema podacima Uprave za indirektno oporezivanje BiH, grafička i papirna industrija je ostvarila izvoz od 146.512.890 KM ili 3,7% više nego u istom periodu 2019. godine. Izvoz papirne industrije je bio 120.499.419 KM ili 8,8% više nego za isti period prethodne godine, dok je grafičkih proizvoda izvezeno u vrijednosti od 21.329.530 KM ili 11,6% manje.

U posmatrnom periodu je uvoz grafičke i papirne industrije iznosio 209.025.769 KM ili 9,6% manje nego u istom periodu 2019. godine. Uvoz papirne industrije je bio 164.723.118 KM ili 9,5% manje, dok je uvoz grafičkih



proizvoda iznosio 24.617.820 KM ili 6% više nego u šest mjeseci prošle godine.

Članice su pozdravile angažman Komore, posebno u prvom periodu pandemije, koja se zalagala za otvaranje puteva za nabavku potrebnih materijala i dostavljala članicama korisne informacije.

Kompanije su istakle da se Komora treba zalagati za djelovanje prema organima vlasti kako bi se poboljšali uslovi poslovanja i olakšao rad kompanijama. Članice su zaključile da će sve konkretne prijedloge dostaviti Asocijaciji grafičke i papirne industrije VTKBiH koja će objedinjene zahtjeve upućivati nadležnim institucijama.

*Selma Bašagić*

# Drvni sektor BiH

Drvni sektor Bosne i Hercegovine značajno je pogođen negativnim posljedicama pandemije COVID-19, što se vidi iz sljedećih podataka.

**Z**a šest mjeseci 2020. godine izvoz drvnog sektora je iznosio 582.692.185 KM, što je 13,1% manje nego u istom periodu 2019. godine (za pet mjeseci 2020. izvoz je iznosio 456.674.415 KM ili 18,4% manje nego za pet mjeseci 2019. godine). Učešće izvoza namještaja je bilo 42,8%, a ostalih proizvoda drvene industrije 57,2%. Najviše se izvezio namještaj za spavaće sobe, dnevne i trpezarije, ostali drveni namještaj i sjedala.

**U šestom mjesecu 2020. godine izvoz drvnog sektora je iznosio 126.017.770 KM ili 13,5% više nego u šestom mjesecu 2019. godine, što je značajno jer je evidentan trend porasta izvoza.**

Detaljna struktura najznačajnijih grupa drvnog sektora vidi se u Tabeli 1.

**Pad izvoza** ostvarili su:

- parket i ostalo profilirano drvo (44,2%)
- proizvodi šumarstva (28,1%)
- namještaj od drveta (14,1%)
- ploče i furnir (16,8%)
- rezana građa i elementi (6,4%)

**Porast izvoza** ostvarili su:

- građevinska stolarija (10,3%)
- montažne drvene kuće (8,1%)

Plasman proizvoda drvnog sektora (proizvodi šumarstva, rezana građa, ploče, furniri, podovi, parketi, građevinska stolarija); namještaj i montažne drvene kuće, prema najznačajnijim izvoznim tržištima, koja čine 92% ukupnih ino tržišta, vidi se u Tabeli 2.

**Odnos izvoza proizvoda drvnog sektora za I-VI 2020. u odnosu na I-VI 2019. prema najznačajnijim tržištima**

Njemačka	pad izvoza za 4,9%
Italija	pad izvoza za 44,7%
Hrvatska	pad izvoza za 10,1%
Srbija	pad izvoza za 6,8%
Francuska	pad izvoza za 26,6%
Švedska	pad izvoza za 47,9%
Kina	pad izvoza za 20,1%
Belgija	pad izvoza za 14,6%
Crna Gora	pad izvoza za 35,5%
SAD	pad izvoza za 51,7%
Poljska	porast izvoza za 13,2%
Švicarska	porast izvoza za 12,1%
Češka	porast izvoza za 16,4%
Danska	porast izvoza za 23,4%
Turska	porast izvoza za 539,2%
Norveška	porast izvoza za 84,2%

**Tabela 1. Izvoz najznačajnijih grupa proizvoda drvnog sektora BiH u KM**

Grupe proizvoda	I-VI 2019.	I-VI 2020.	Ind. I-VI 2020 / I-VI 2019.
Proizvodi šumarstva	74.108.126	53.305.109	71,9
Rezana građa i elementi	162.567.645	152.112.731	93,6
Ploče, furnir	39.507.972	32.869.133	83,2
Parket i ostalo profilirano drvo	29.072.375	16.215.033	55,8
Građevinska stolarija	45.932.879	50.679.886	110,3
Ukupno drvo i proizvodi od drveta	371.524.484	324.158.239	87,3
Namještaj od drveta	290.674.815	249.661.129	85,9
Montažne drvene kuće	8.206.664	8.872.816	108,1
Ukupan izvoz drvnog sektora	670.405.963	582.692.185	86,9

Izvor: UIOBiH – Obrada VTKBiH, Asocijacija drvene industrije i šumarstva

Tabela 2. Izvoz drvnog sektora po najznačajnijim ino tržištima u KM

ZEMLJE- INO TRŽIŠTA	I-VI 2019.			I-VI 2020.		
	Drvo i proizvodi od drveta	Namještaj i montažne drvene kuće	Drvni sektor	Drvo i proizvodi od drveta	Namještaj i montažne drvene kuće	Drvni sektor
Njemačka	55.389.481	104.504.033	159.893.514	60.006.554	92.063.908	152.070.462
Italija	63.105.469	19.834.182	82.939.651	39.647.056	14.537.983	54.185.039
Hrvatska	54.936.469	30.171.963	85.108.432	47.804.876	28.744.150	76.549.026
Srbija	42.580.462	6.906.863	49.487.325	40.331.279	5.831.219	46.162.498
Nizozemska	10.181.177	23.078.264	33.259.441	10.960.733	21.824.082	32.784.815
Austrija	22.008.175	19.035.067	41.043.242	18.453.091	14.824.510	33.277.601
Slovenija	35.595.575	8.810.347	44.405.922	22.705.703	7.748.016	30.453.719
Francuska	14.683.050	14.683.050	31.051.708	14.454.351	8.358.064	22.812.415
Švicarska	5.012.583	11.225.818	16.238.401	7.026.551	11.184.740	18.211.291
Češka	555.987	11.786.897	12.342.884	1.283.464	13.089.311	14.372.775
Švedska	5.194.950	5.031.740	10.226.690	4.381.183	956.657	5.337.840
Kina	7.601.710	2.103.545	9.705.255	6.137.844	1.626.166	7.764.010
Danska	1.452.126	3.824.496	5.276.622	1.734.974	4.780.480	6.515.454
Belgija	3.020.374	4.348.518	7.368.892	3.147.212	3.147.212	6.294.424
Crna Gora	5.851.133	3.395.314	9.246.447	3.673.906	2.291.683	5.965.589
Poljska	2.470.954	2.712.443	5.183.397	3.090.950	2.780.728	5.871.678
Turska	375.008	193.330	568.338	909.396	2.723.122	3.632.518
SAD	149.482	2.941.919	3.091.401	62.184	1.432.872	1.495.056
Norveška	0	546.463	546.463	40.395	966.222	1.006.617

Tabela 3. Uvoz najznačajniji grupa proizvoda drvnog sektora BiH u KM

Grupe proizvoda	I-VI 2019.	I-VI 2020.	Ind. I-VI 2020/ I-VI 2019.
Proizvodi šumarstva	23.901.503	12.280.915	51,4
Rezana građa i elementi	37.840.537	30.876.836	81,6
Ploče i furnir	82.467.850	66.976.566	81,2
Podovi i parketi	3.100.375	1.532.334	49,4
Građevinska stolarija	8.624.044	6.958.436	80,7
Namještaj od drveta	55.018.371	38.989.242	70,8
Ukupan uvoz drvnog sektora	222.693.989	167.960.877	75,4

Izvor: UIOBiH – Obrada VTKBiH, Asocijacija drvne industrije i šumarstva

## UVOZ DRVNE INDUSTRIJE I ŠUMARSTVA

Za šest mjeseci 2020. godine ukupan uvoz drvnog sektora je iznosio 167.960.877 KM ili 24,6% manje nego u istom periodu 2019. godine (za pet mjeseci 2020. godine ukupan uvoz je iznosio 147.903.115 KM što je za 21,1% manje nego za pet mjeseci 2019.).

Struktura uvoza najznačajnijih stavki vidi se u Tabeli 3.

Iz podataka se vidi da su sve grupe proizvoda ostvarile pad uvoza u posmatranom periodu:

- proizvodi šumarstva (48,6%)
- rezana građa i elementi (18,4%)

- podovi i parketi (50,6%)
- namještaj od drveta (29,2%)
- ploče i furnir (18,8%)
- građevinska stolarija (19,3%)

Proizvodi drvnog sektora pretežno su se uvozili iz Srbije, Poljske, Turske, Italije, Njemačke, Slovenije, Hrvatske, Rumunije, Češke i Austrije.

### Zaključak

Nakon svega navedenog može se zaključiti da je drvni sektor značajno pogođen pandemijom COVID-19:

- poslovanje u većem broju kompanija se odvijalo otežano uslijed pandemije;

– izvoz proizvoda (namještaja, rezane građe i elemenata, parketa i podova, ploča i furnira) je u padu u prvih šest mjeseci 2020. godine, osim građevinske stolarije i montažnih drvenih kuća;

– u šestom mjesecu 2020. dolazi do porasta izvoza za 13,2% u poređenju sa šestim mjesecom 2019. godine, što je ohrabrujuće;

– iako se otvaranjem tržišta EU pokrenuo izvoz, bh. proizvođači su u velikoj neizvjesnosti kako će se izvoziti u narednom periodu i hoće li biti dovoljno narudžbi.

Selma Bašagić

# Uticaj pandemije COVID-19 na tekstilnu i kožarsku industriju u prvom polugodištu 2020. godine

**Neophodno je da sve nadležne institucije zaista, a ne samo deklarativno, posvete mnogo više pažnje obezbjeđenju daleko povoljnijih uslova i stvaranju boljeg poslovnog ambijenta kako bi naše kompanije što lakše prebrodile ovu globalnu krizu te ostale konkurentne ili postale još konkurentnije na ino tržištima, ali i kako bismo privukli nove strane investicije, što bi pomoglo nova zapošljavanja i dalji oporavak ove industrijske grane kroz povećanu opštu potrošnju.**

**S**igurno je da je ovo vrijeme pandemije koronavirusa zadalo težak udarac i nanijelo velike gubitke cjelokupnoj privredi i kompanijama, ali će ujedno biti i test sposobnosti koji će pokazati mogu li kompanija adekvatno reagovati i prilagoditi se novim izazovima, jer i u ovako teškim vremenima prilike postoje i treba ih pronaći i iskoristiti. Iako je još uvijek skoro nemoguće procijeniti koliko će biti stvarne štete i kad bi mogle prestati negativne posljedice izazvane virusom COVID-19, za pretpostaviti je da će firme koje su do ove krize bile zdrave (i sada su zbog toga imale mogućnost za veću poslovnu fleksibilnost) ovo vjerovatno mnogo lakše prevazići i brže se konsolidovati. Ipak, velika većina onih drugih koji su i do izbijanja pandemije imali problema teško će moći opstati bez značajne pomoći države.

Definitivno državne, entitetske i lokalne institucije moraju mnogo brže, jače i finansijski konkretnije da reaguju raznim mehanizmima pomoći i olakšicama kako bi firme lakše prebrodile ovu krizu, zadržale što više postojeće radne snage (koje, nažalost, i prije ove krize nije bilo dovoljno) i čim prije se vratile u približno normalne tokove poslovanja i na evropsko i međunarodno tržište.

## Poslovanje

Kompanije iz tekstilnog i obućarskog sektora su, iako direktno pogođene uvedenim mjerama kod nas i u svijetu, ipak priskočile u pomoć državi i cjelokupnom stanovništvu, orijentišući se na proizvodnju trenutno najneophodnijih i u ovom periodu najtraženijih proizvoda za zaštitu ljudi kao što su zaštitne maske, odijela,

kombinezoni, kape, viziri za lice i sl., od čega su značajan dio donirale bolnicama i ostalim javnim ustanovama kao pomoć u borbi protiv daljeg širenja virusa.

Nažalost, zbog posljedica mjera uvedenih radi suzbijanja širenja koronavirusa dio kompanija je morao zatvoriti firme (pretežno mala i mikro preduzeća kojih i ima najviše), jedni su izvršili reorganizaciju proizvodnje i počeli proizvoditi zaštitnu opremu, drugi su poslali dio radnika na čekanje, treći na prinudni godišnji odmor ili neplaćeno odsustvo, a bilo je i dosta slučajeva otpuštanja radnika zbog gubitka već ugovorenih poslova, otkazivanja narudžbi, nemogućnosti nabavke repromaterijala za proizvodnju ili problema sa transportom kako u uvozu sirovina tako i u izvozu finalnih proizvoda.

U anketama koje je provodila Vanjskotrgovinska komora BiH kompanije su istakle brojne probleme u poslovanju zbog nemogućnosti plasmana svojih proizvoda i dopremanja neophodnih sirovina kojih nema na našem tržištu. Jedan od razloga je bio transport, a drugi što su pojedine zemlje pa i EU zabranile izvoz i prodaju ovakvih specifičnih proizvoda koji se sada najviše koriste u prevenciji od koronavirusa.

Sve su ovo elementi zbog kojih je i industrija tekstila, odjeće, kože i obuće Bosne i Hercegovine u periodu od januara do juna 2020. godine zabilježila značajan pad izvoza (-15,84 %) ali i uvoza (-18,79%).

Pored činjenice da se najveći dio repromaterijala koji se koriste u proizvodnji tekstila, kože i obuće moraju uvoziti iz Evrope i sa Istoka te iako dominantno mjesto zauzima unutrašnja dorada i obrada, odnosno "lohn" poslovi, ova

grana privrede od 2009. do 2020. godine u kontinuitetu bilježi značajne izvozne rezultate pa je, i pored globalne krize izazvane koronavirusom koja je prouzrokovala ozbiljan pad izvoza i uvoza, u ukupnoj vanjskotrgovinskoj robnoj razmjeni Bosne i Hercegovine Industrija tekstila, odjeće, kože i obuće značajno zastupljena u prvom polugodištu ove godine.

To je potvrđeno i statističkim analizama vanjskotrgovinske razmjene u periodu I-VI 2019/2020. godine gdje se ponovo, uz sve navedene probleme, industrija T.O.K.O. nalazi na 4. mjestu po izvozu i 6. mjestu po uvozu.

U periodu od januara do juna 2019/2020. godine pokrivenost uvoza izvozom ove industrije je sa 78,65% u 2019. godini porasla na 81,51% u 2020. godini, dok je u istom periodu na nivou Bosne i Hercegovine pokrivenost uvoza izvozom blago pala sa 60,22% u 2019. na 60,21% u 2020. godini.

Međutim, ovo povećanje pokrivenosti uglavnom treba pripisati većem smanjenju uvoza sirovina i gotovih proizvoda zbog novonastale krize i mjera koje su pojedine zemlje uvodile u cilju sprečavanja širenja pandemije. Te mjere su išle od blokada prelaska granica, uvoza i izvoza, do potpune obustave bilo kakve proizvodnje i ekonomske razmjene, kao i nemogućnosti izvoza gotovih proizvoda bh. kompanija jer su ino kupci odbijali narudžbe. Neki čak nisu ni htjeli (ili mogli u jednom periodu krize) povući već gotove poručene proizvode iz BiH, dok su nekim bh. kompanijama kupci, više kurtoazno i zbog dugogodišnjih dobrih poslovnih odnosa, povlačili dio proizvedene robe u znatno manjem kapacitetu jer su je morali držali u svojim skladištima pošto ni sami nisu imali narudžbe za prodaju iste u svojim zemljama ili po svijetu.

U periodu januar-juni 2020. **ukupan obim vanjskotrgovinske razmjene cjelokupne domaće bh. privrede iznosio je 13.289.605.471 KM** i manji je za 2.714.833.033 KM nego u istom periodu 2019. godine. kada je ostvaren obim od **16.004.438.504 KM**.

U sektoru tekstila, odjeće, kože i obu-



će u periodu januar-juni 2020. godine ostvaren je **ukupni obim VT razmjene od 1.487.924.936 KM** i manji je za 315.447.221 KM nego u istom periodu 2019. godine kada je ostvaren obim od **1.803.372.157 KM**.

**Ukupan UVOZ domaće privrede za prvih 6 mjeseci 2020.** iznosio je 8.192.856.762 KM i manji je za 1.795.953.219 KM nego u istom periodu 2019. godine (9.988.809.981 KM).

**Od toga je UVOZ T.O.K.O. industrije u navedenom periodu u 2020. godini** bio 819.745.348 KM i manji je za 189.698.463 KM nego u istom periodu 2019. godine kada je iznosio 1.009.443.811 KM.

**Ukupan IZVOZ domaće privrede za prvih 6 mjeseci 2020.** iznosio je 5.096.748.709 KM i manji je za 918.877.814 KM nego u istom periodu 2019. godine (6.015.628.523 KM).

**Od toga je IZVOZ T.O.K.O. industrije u navedenom periodu u 2020. godini** iznosio 668.179.588 KM i manji je za 125.748.759 KM nego u istom periodu 2019. godine kada je iznosio 793.928.347 KM.

Pokrivenost uvoza izvozom u ukupnoj razmjeni države Bosne i Hercegovine sa svijetom u **prvih 6 mjeseci 2019.** godine iznosila je 60,22%, a u 2020. godini je minimalno pala na 60,21%. Ovo pripisujemo manjem uvozu u prvih 6 mjeseci 2020. od -17,98%, dok je i izvoz također manji za -15,27%.

Istovremeno, pokrivenost uvoza izvozom samo Industrije tekstila, odjeće, kože i obuće u **prvih 6 mjeseci 2019.** godine iznosila je 78,65%, a u 2020. godini povećana je na 81,51%. I ovo povećanje pokrivenosti pripisujemo manjem uvozu u prvih 6 mjeseci 2020. od -18,79%, dok je izvoz ovog sektora također manji za -15,84%.

**Najznačajniji UVOZNI proizvodi u 2019. su bili:**

- TG 64 - Obuća (158,42 miliona KM)
- TG 41 - Sirova, sitna i krupna koža (152,92 miliona KM)
- TG 62 - Odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (116,54 miliona KM)
- TG 61 - Odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (110,47 miliona KM)
- TG 59 - Tekstilne tkanine (60,82 miliona KM)

**Najznačajniji UVOZNI proizvodi u 2020. su bili:**

- TG 64 - Obuća (147,83 miliona KM)
- TG 41 - Sirova, sitna i krupna koža

(113,46 miliona KM)

- TG 61 - Odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (112,48 miliona KM)
- TG 62 - Odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (89,80 miliona KM)
- TG 60 - Pleteni ili kukičani materijali (47,09 miliona KM)

**Najznačajniji IZVOZNI proizvodi u 2019. su bili:**

- TG 64 - Obuća (384,00 miliona KM)
- TG 62 - Odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (167,86 miliona KM)
- TG 61 - Odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (99,19 miliona KM)
- TG 42 - Proizvodi od kože (44,27 miliona KM)
- TG 41 - Sirova, sitna i krupna koža (34,45 miliona KM)

**Najznačajniji IZVOZNI proizvodi u 2020. su bili:**

- TG 64 - Obuća (311,14 miliona KM)
- TG 62 - Odjeća i pribor za odjeću osim pletenih ili kukičanih (124,41 milion KM)
- TG 61 - Odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani (105,78 miliona KM)
- TG 63 - Ostali gotovi proizvodi od tekstila (36,44 miliona KM)
- TG 42 - Proizvodi od kože (27,64 miliona KM)

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

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

Kad govorimo o najznačajnijim izvoznim oblastima u posmatranom periodu, **pokrivenost uvoza izvozom** najveća je kod TG 64 - obuća, kamašne i sl. proizvodi (210,48%), zatim slijedi TG 43 - prirodno i vještačko krzno i proizvodi od krzna (198,71%), TG 62 - odjeća i pribor za odjeću (138,54%), TG 61 - odjeća i pribor za odjeću, pleteni ili kukičani proizvodi (94,05%) te TG 42 - proizvodi od kože (90,57%).

Prema statističkim analizama, primjetno je da je zbog problema sa uvedenim mjerama za suzbijanje širenja koronavirusa te obustave proizvodnje, otkazivanja narudžbi, nepreuzimanja gotovih proizvoda kupaca i generalno problema u poslovanju kako ino dobavljača i kupaca

tako i kod nas, za prvih 6 mjeseci 2020. godine **jako smanjen UVOZ iz TG 64** (Obuća, kamašne i sl. proizvodi) za 37,33 miliona KM (-20,16%), iz **TG 62** (Odjeća i pribor za odjeću) za 26,74 miliona KM (-22,94%), **TG 41** (Sirova krupna i sitna koža sa ili bez dlake) za 39,45 miliona KM (-25,80%), kao i iz **TG 42** (Proizvodi od kože, sedlarski i sarački proizvodi) za 26,02 miliona KM (-33,21%) u odnosu na isti period 2019. **Također, značajno je smanjen i IZVOZ iz većine ključnih tarifnih grupa koje se odnose na gotove tekstilne ili obućarske proizvode** i gdje se ostvaruje najznačajniji trgovinski promet, pa je tako izvoz obuće manji za 18,97%, odjeće i pribora za odjeću za 25,89%, tepiha i podnih pokrivača za 58,06%, sirove krupne i sitne kože za 44,44% i proizvoda od kože za 37,55%.

Istovremeno, **nekoliko tarifnih grupa je zabilježilo i povećanje izvoza u ovom periodu:** **TG 63** (Ostali gotovi proizvodi od tekstila) za 16,76 miliona KM (+111,57%), **TG 61** (Odjeća i pribor za odjeću) za 6,59 miliona KM (+ 6,64%), **TG 60** (Pleteni ili kukičani materijali) za 1,2 miliona KM (+30,82%), **TG 58** (Specijalne tkanine, taftovane tkanine, čipke...) za 1,00 milion KM (+42,33%), **TG 55** (Vještačka ili sintetička vlakna) za 1,5 milion KM (+15,02%), **TG 50** (Svila) za 20.590,00 KM (422,39%), **TG 51** (Vuna, fina ili gruba životinjska dlaka, predivo i tkanine) za 62.879,00 KM (18,71%).

Naravno, kao i uvijek do sada, proizvodnja obuće je dominantna jer čini najveći procenat ukupne proizvodnje kožarsko-prerađivačke industrije, a najveći dio proizvoda je izvezen u zemlje EU gdje su ponovo najveća izvozna tržišta: Italija, Njemačka, Austrija, Slovenija, Hrvatska i Francuska.

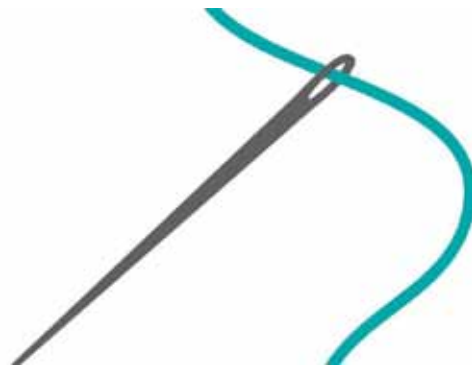
Međutim, i tu je došlo do velikog pada izvoza od oko 19% i smanjenja obima proizvodnje za čak 110.184.079 miliona KM.

S obzirom na toda još uvijek postoji jako puno nepoznanica, teško je predvidjeti u kojem omjeru će ova pandemija negativno uticati na krajnje poslovne rezultate bosanskohercegovačkih tekstilnih i obućarskih kompanija u ovoj godini.

Ipak, sa sigurnošću se može tvrditi da će se stari načini poslovanja morati mijenjati i brže uvoditi nove tehnologije, jer vrijeme je za inovacije u načinima poslovanja i oni koji to prije shvate, brže i lakše će proći kroz ovu krizu, ali i ono što nam slijedi poslije.

*Muris Pozderac*

# „Dan poslije“ u tekstilnoj industriji



„Dan poslije“ u tekstilnoj i industriji radne i korporativne odjeće bila je tema virtualne panel-diskusije koju je organizirala Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine s bh. partnerima (Privrednom komorom RS i Udruženjem UTOK) te komorama, odnosno poslovnim organizacijama za podršku privredi iz Albanije, Sjeverne Makedonije i Srbije, a sve je podržao švicarski SIPPO projekt.

Glavni govornici bili su predstavnici kupaca tekstilnih proizvoda iz Njemačke Carsten Schreiter, generalni direktor kompanije Hitl Hose ([www.hitl.de](http://www.hitl.de)) koji je predstavljao i njemačko udruženje tekstilne industrije DTB, i Marc Lübbert, generalni direktor kompanije MERK ([www.merkplus.com](http://www.merkplus.com)). Moderatorica događaja bila je Brigitte Heuser iz Njemačke, stručnjakinja za tekstilnu industriju SIPPO-a.

Virtualna panel-diskusija okupila je 43 učesnika, predstavnika poslovne zajednice za podršku privredi i kompanija iz balkanskih zemalja.

Bosnu i Hercegovinu predstavljala je Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, Privredna komora RS i Udruženje UTOK te kompanije Alma Ras d. o. o. (Olovo), Bilkon d. o. o. (Bileća), Exclusive Lingerie d. o. o. (Banja Luka), Kuna export-import d. o. o. (Visoko), Mraz d. o. o. (Pale), Studio Imaginarium (Banja Luka) i Zenko d.o.o. (Zenica).

Tokom panela su kao ključni problemi koji trenutno pokreću tržište

istaknuti:

- neizvjesnost za buduću razvoj industrije koja ostaje i nakon zatvaranja pojedinih tržišta;
- očekivano smanjenje obima poslovanja tekstilne industrije u 2020. godini za 25-19%;
- sveukupna konkurencija duž lanca vrijednosti raste, a krizu će preživjeti samo najbolji u industriji;
- manja potražnja stvorit će dodatni pritisak na dobavljače, stoga će opstati samo oni koji su fleksibilni, tačni i koji su u stanju pružiti određenu traženu kvalitetu proizvoda/usluga;
- 2019. je uzrokovala kašnjenje u isporuci novih kolekcija 4-6 sedmica, što znači da će proizvodnja zimske kolekcije započeti tek u septembru;
- prodavači i dalje imaju velike zalihe starih kolekcija i ne poručuju nove;
- očekivano smanjenje velikog broja narudžbi u narednom periodu;
- nedostatak mlade, dobro obrazovane radne snage u industriji odjeće.

Glavne šanse i mogućnosti proizvođača u narednom periodu vide se u sljedećem:

- proizvođači moraju biti fleksibilni i spremni prihvatiti male narudžbe svojih kupaca;
- smanjenje količina narudžbi uzrokovat će promjenu ritma ponude, za koju se očekuje da se vrati na stari model sezonske prodaje umjesto brze promjene modnih trendova;
- panelisti predviđaju da će se brendovi radije odlučiti raditi s kompanijama koje mogu pružiti „kompletnu poslovnu uslugu ili proizvod“, umjesto s dobavljačima koji rade samo ili isključivo „lohn“ poslove dorade;
- ogromne su potrebe za novim inovativnim kolekcijama i novim bojama za naredne sezone kako bi se uvjerilo trgovce i krajnje kupce da budu u toku

sa aktuelnom potražnjom;

- kada je u pitanju digitalizacija, tekstilna industrija je još uvijek staromodna, dakle neophodna je digitalizacija proizvodnih procesa i mrežno upravljanje snabdijevanjem. Postoji velika potreba za modernizacijom ove industrije u pogledu obrazovanja i obuke radnika, kao i za uspostavljanjem novih poslovnih sistema i uvođenjem novih tehnologija i opreme u tvornicama;
- proizvođači moraju imati mogućnosti uspostaviti i održavati internetsku komunikaciju s kupcima;
- proizvodnja odjevnih predmeta koji zahtijevaju brzu isporuku porast će u istočnoj Evropi, no neki tradicionalni proizvodi odjeće (npr. bijela pamučna majica) nastavit će se proizvoditi u Kini. Određeni proizvodi odjeće (skijaška jakna) trenutno se ne mogu proizvoditi u istočnoj Evropi zbog nedostatka tehnologije, opreme, radne snage itd. Neke kompanije planiraju prebaciti proizvodnju iz trećih zemalja u istočnu Evropu i bliže svojim tržištima;
- zbog ograničenja putovanja i otkazivanja velikog broja međunarodnih sajmova potencijalni kupci u Evropi su zainteresirani za internetska B2B događanja kao tačku za „prvi kontakt“ i preSelekciju potencijalnih dobavljača.

Na kraju, kao jedan od bitnih elemenata u uspostavljanju poslovnih odnosa, apostrofirano je da dobavljači moraju biti u mogućnosti da se na najbolji način predstavljaju tokom internetskih B2B događaja, jer je prvi dojam vrlo važan, a najbolji alati za to su kvalitetne te profesionalno i moderno urađene web stranice kompanije dobavljača na kojima je moguće pogledati i kratki film o kompaniji.

*Muris Pozderac*



# Analiza metalske i elektroindustrije za period od 1. 1. do 30. 6. 2020.

**Vanjskotrgovinska razmjena u sektoru metalske i elektroindustrije u posmatranom periodu (od 1. 1. do 30. 6. 2020.) pod uticajem posljedica pandemije bilježi očekivani pad.**

Izvoz ovog sektora bh. privrede je pao za preko 20%, što iznosi skoro pola milijarde KM (484,6 miliona KM). Najveći pad u iznosu od 205 miliona KM je registrovan u kategoriji aluminija i proizvoda od aluminija, što pripisujemo uglavnom gašenju firme Aluminij d. d. a ne posljedicama pandemije, a potom u kategoriji željeza i čelika, što je uglavnom posljedično u vezi sa sporim povratkom na tržište Kosova te Uredbom o ograničenju trgovine određenih proizvoda od željeza i čelika koju je uvela EU.

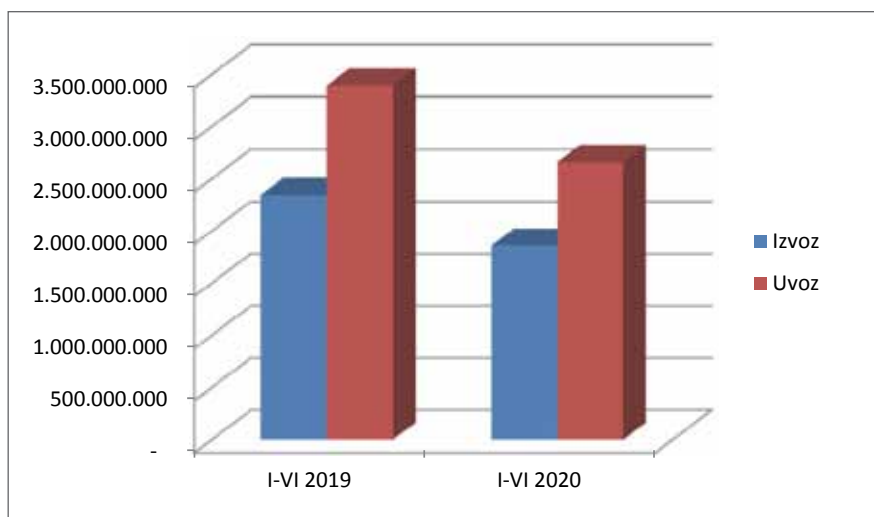
Analizirajući uvoz, pad od 21,66% je skoro jednak padu izvoza, zbog čega se pokrivenost uvoza izvozom neznatno promijenila (sa 69,1 na 70%). Uvoz je u posmatranom polugodišnjem periodu pao za 735,6 miliona KM. Najveći registrovani pad od 235 miliona KM je očekivano u kategoriji osobnih vozila.

Pad izvoza je zabilježen na svim tržištima (top 20) osim u Turskoj i SAD-u. Uvjedljivo najveći pad izvoza je registrovan na italijanskom tržištu (preko 115 miliona KM, od čega je pad od 72 miliona KM u kategoriji aluminija, što ne povezujemo sa pandemijom), potom u skoro duplo manjem iznosu Hrvatska (-65,5 miliona KM), Srbija (-45 miliona KM), Austrija (-42,5 miliona KM) te Slovenija i Njemačka sa padom od oko -40 miliona KM pojedinačno.

Podaci o uvozu pokazuju da je pad uvoza registrovan u skoro svim vo-

dećim tržištima (osim Bugarske koja bilježi blaži rast). Najveći pad uvoza je registrovan na njemačkom tržištu (-103,8 miliona KM), čemu je najviše kontribuirao smanjeni uvoz osobnih automobila, potom švicarskom (97,6 miliona KM), što se dovodi u vezu sa smanjenom potrebom za uvozom sirovog aluminija, te hrvatskom i italijanskom tržištu u većini vodećih proizvodnih grupa ravnomjerno.

*Adela Vukotić Terek*



**Izvoz metalske i elektroindustrije za period I-VI 2019/I-VI 2020.**

TB	Grupa proizvoda	Izvoz I-VI 2019.	Izvoz I-VI 2020.	Promjena (%)	Razlika
72	Gvožđe i čelik	307.999.198	206.792.855	-32,86	-101.206.343
73	Proizvodi od gvožđa i čelika	386.718.089	345.671.188	-10,61	-41.046.901
74	Bakar i proizvodi od bakra	37.817.355	29.793.279	-21,22	-8.024.076
75	Nikl i proizvodi od nikla	16	20.159	125.581,55	20.143
76	Aluminij i proizvodi od aluminija	372.490.801	167.440.391	-55,05	-205.050.410
78	Olovo i proizvodi od olova	969.823	732.194	-24,50	-237.629
79	Cink i proizvodi od cinka	25.455.766	19.983.531	-21,50	-5.472.236
80	Kalaj i proizvodi od kalaja	625.003	3.578	-99,43	-621.425
81	Ostali obični metali; kermeti proizvodi od njih	22.613	24.713	9,29	2.100
82	Alati, kožarski proizvodi, kašike i viljuške	14.723.151	12.390.103	-15,85	-2.333.049
83	Razni proizvodi od prostih metala	23.840.963	24.475.975	2,66	635.012
84	Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine i mehanički uređaji	454.550.105	385.447.124	-15,20	-69.102.981
85	Električne mašine i oprema i njihovi dijelovi; aparati	414.656.915	399.300.561	-3,70	-15.356.353
86	Šinska vozila i njihovi dijelovi; željeznički i tramvajski kolosiječni sklopovi	9.411.233	13.242.451	40,71	3.831.217
87	Vozila, osim željezničkih ili tramvajskih šinskih	207.758.515	159.300.432	-23,32	-48.458.083
88	Vazduhoplovi, kosmičke letilice i njihovi dijelovi	1.950.748	580.358	-70,25	-1.370.391
89	Brodovi, čamci i plovne konstrukcije	356.189	300.125	-15,74	-56.064
93	Oružje i municija; njihovi dijelovi i pribor	88.048.683	97.238.154	10,44	9.189.471
	<b>UKUPNO:</b>	<b>2.347.395.167</b>	<b>1.862.737.171</b>	<b>-20,65</b>	<b>-484.657.997</b>

**Izvoz metalske i elektroindustrije za period I-VI 2019/I-VI 2020.**
**PREGLED PO ZEMLJAMA IZVOZA**

	Država	I-VI 2019.	I-VI 2020.	Promjena (%)	Razlika (KM)
1	Austrija	371.128.145	328.601.198	-11,46	- 42.526.947
2	Njemačka	350.012.694	308.798.834	-11,77	- 41.213.860
3	Slovenija	285.205.158	242.807.405	-14,87	- 42.397.753
4	Hrvatska	233.628.726	168.181.958	-28,01	- 65.446.768
5	Srbija	190.790.395	145.795.786	-23,58	- 44.994.609
6	Italija	234.233.762	118.988.905	-49,20	- 115.244.857
7	Crna Gora	81.969.010	63.007.422	-23,13	- 18.961.587
8	Rumunija	59.277.782	54.384.237	-8,26	- 4.893.546
9	Turska	34.753.729	39.208.962	12,82	4.455.232
10	Mađarska	60.972.230	34.237.040	-43,85	- 26.735.190
11	Egipat	55.971.902	32.371.920	-42,16	- 23.599.983
12	Nizozemska	33.150.466	30.550.465	-7,84	- 2.600.000
13	Luksemburg	28.504.392	27.438.600	-3,74	- 1.065.792
14	Švicarska	23.944.240	25.305.196	5,68	1.360.956
15	Češka Republika	34.926.023	25.135.861	-28,03	- 9.790.161
16	Poljska	23.475.414	20.748.800	-11,61	- 2.726.614
17	Francuska	23.683.584	19.655.254	-17,01	- 4.028.330
18	Saudijska Arabija	20.831.456	19.613.860	-5,84	- 1.217.596
19	SAD	10.532.360	15.806.680	50,08	5.274.320
20	Sjeverna Makedonija	20.158.392	15.313.952	-24,03	- 4.844.440
	TOP 20	2.177.149.860	1.735.952.335	-20,26	- 441.197.525
	OSTALO	170.245.307	126.784.836	-25,53	- 43.460.471
	<b>UKUPNO</b>	<b>2.347.395.167</b>	<b>1.862.737.171</b>	<b>-20,65</b>	<b>- 484.657.996</b>



**Uvoz metalske i elektroindustrije za period I-VI 2019/I-VI 2020.**

TB	Grupa proizvoda	Uvoz I-VI 2019.	Uvoz I-VI 2020.	Promjena (%)	Razlika
72	Gvožđe i čelik	332.456.600	264.796.742	-20,35	-67.659.858
73	Proizvodi od gvožđa i čelika	258.632.442	218.377.009	-15,56	-40.255.433
74	Bakar i proizvodi od bakra	129.211.319	113.074.788	-12,49	-16.136.531
75	Nikl i proizvodi od nikla	548.550	431.554	-21,33	-116.996
76	Aluminij i proizvodi od aluminija	235.647.565	178.990.390	-24,04	-56.657.175
78	Olovo i proizvodi od olova	2.211.792	2.635.316	19,15	423.524
79	Cink i proizvodi od cinka	22.495.061	19.644.211	-12,67	-2.850.850
80	Kalaj i proizvodi od kalaja	17.052.795	10.238.813	-39,96	-6.813.982
81	Ostali obični metali; kermeti proizvodi od njih	4.661.791	2.334.737	-49,92	-2.327.055
82	Alati, kožarski proizvodi, kašike i viljuške	47.922.455	40.322.625	-15,86	-7.599.830
83	Razni proizvodi od prostih metala	89.308.662	79.568.600	-10,91	-9.740.062
84	Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine i mehanički uređaji	823.145.186	660.067.446	-19,81	-163.077.740
85	Električne mašine i oprema i njihovi dijelovi; aparati	583.176.016	503.084.712	-13,73	-80.091.304
86	Šinska vozila i njihovi dijelovi; željeznički i tramvajski kolosiječni sklopovi	6.506.283	6.464.320	-0,64	-41.963
87	Vozila, osim željezničkih ili tramvajskih šinskih	790.028.599	555.005.446	-29,75	-235.023.153
88	Vazduhoplovi, kosmičke letilice i njihovi dijelovi	44.276.250	368.555	-99,17	-43.907.695
89	Brodovi, čamci i plovne konstrukcije	402.644	280.063	-30,44	-122.581
93	Oružje i municija; njihovi dijelovi i pribor	8.641.723	4.944.225	-42,79	-3.697.498
UKUPNO:		3.396.325.732	2.660.629.552	-21,66	-735.696.180

**Uvoz metalske i elektroindustrije za period I-VI 2019/I-VI 2020.**
**PREGLED PO ZEMLJAMA UVOZA**

	Država	I-VI 2019.	I-VI 2020.	Promjena (%)	Razlika (KM)
1	Njemačka	419.388.704	315.553.957	-24,76	- 103.834.747
2	Slovenija	372.478.612	309.430.938	-16,93	- 63.047.674
3	Srbija	330.452.637	285.465.341	-13,61	- 44.987.296
4	Hrvatska	337.480.058	261.386.732	-22,55	- 76.093.326
5	Italija	322.727.195	250.588.060	-22,35	- 72.139.135
6	Austrija	276.460.354	244.818.776	-11,45	- 31.641.578
7	Nizozemska	130.643.103	123.241.535	-5,67	- 7.401.568
8	Turska	128.863.484	119.529.312	-7,24	- 9.334.172
9	Kina	128.608.906	95.799.422	-25,51	- 32.809.483
10	Nepoznata država	38.896.074	74.556.349	91,68	35.660.275
11	Mađarska	109.686.157	68.966.211	-37,12	- 40.719.946
12	Slovačka Republika	85.623.960	63.207.393	-26,18	- 22.416.567
13	Švicarska	151.637.083	53.937.221	-64,43	- 97.699.862
14	Češka Republika	71.296.429	52.471.091	-26,40	- 18.825.339
15	Poljska	67.569.938	47.948.441	-29,04	- 19.621.497
16	Belgija	53.547.183	35.943.965	-32,87	- 17.603.218
17	Rumunija	30.337.934	27.336.984	-9,89	- 3.000.949
18	Bugarska	16.692.748	19.672.585	17,85	2.979.836
19	Francuska	38.312.615	19.030.716	-50,33	- 19.281.900
20	Sjeverna Makedonija	19.660.973	17.319.377	-11,91	- 2.341.597
Ukupno top 20		3.130.364.148	2.486.204.405	-20,58	- 644.159.743
Ostalo		265.961.584	174.425.147	-34,42	- 91.536.437
Ukupan uvoz		3.396.325.732	2.660.629.552	-21,66	- 735.696.180



# Hemijska i farmaceutska industrija BiH

Kao i sve druge privredne djelatnosti, i ova grana je značajno pogođena mjerama koje su poduzete u državi i svijetu na suzbijanju širenja pandemije koronavirusa.

Ipak, kako su, između ostalog, po prirodi poslovanja usko vezane za borbu protiv raznih bolesti, virusa, nečistoća i sl. (posebno farmaceutski sektor i sektor proizvoda za čišćenje i dezinfekciju), kompanije iz ovog sektora su, iako direktno pogođene uvedenim mjerama, ipak priskočile u pomoć državi i cjelokupnom stanovništvu, orijentišući se na proizvodnju trenutno najneophodnijih lijekova i preparata za dezinfekciju i čišćenje prostora i ljudi.

Međutim, i u ovom sektoru kompanije su istakle brojne probleme u poslovanju zbog nemogućnosti plasmana svojih proizvoda i dopremanja neophodnih sirovina kojih nema na našem tržištu. Jedan od razloga je bio transport, a drugi što su pojedine zemlje pa i EU zabranile izvoz i prodaju ovakvih specifičnih proizvoda koji se sada najviše koriste u prevenciji koronavirusa.

Analizirajući samo **Proizvodnju hemikalija i hemijskih proizvoda**, gdje ulaze TG 28 i TG 29 (bez mineralnih goriva, ulja i njihovih proizvoda), i **Farmaceutske proizvode i preparate** (TG 30), ukupna vrijednost tržišta ovog segmenta bosanskohercegovačke hemijske i farmaceutske industrije u 2019. godini (izvoz/uvoz) kretala se u rasponu od oko 1,7 milijardi KM i primjetan je porast izvoza iz godine u godinu.

## Kratki presjek trgovinske razmjene sektora u prvih 6 mjeseci 2019/2020.

– Ostvaren pad izvoza od -15,35% (-52.797.979 KM)

– Ostvaren pad uvoza od -11,30% (-42.280.481 KM)

– Ukupan pad obima VT razmjene ovog dijela sektora iznosi -112.851.121 KM

– Zabilježen je značajan pad izvoza za 58.371.207 KM (-15,35%), a smanjen je i uvoz za 63.198.301 KM (-11,30%), što je rezultiralo povećanjem pokrivenosti uvoza izvozom za cijelih 481,78% pa je ukupna pokrivenost ove grupe za prvih 6 mjeseci 2020. iznosila 767,50%

– **Kod TG 28 - Neorganski hemijski**

**proizvodi** je zabilježen značajan pad izvoza za 64.877.473 KM (-19,82%), a smanjen je i uvoz za 71.983.140 KM (-67,80%), što je rezultiralo povećanjem pokrivenosti uvoza izvozom za cijelih 459,26% pa je ukupna pokrivenost ove grupe za prvih 6 mjeseci 2020. iznosila 767,50%

– **Kod TG 29 - Organski hemijski proizvodi** je zabilježno blago povećanje izvoza od 231.022 KM (2,72%), dok je istovremeno uvoz značajnije smanjen za 5.464.332 KM (-13,37%), što je rezultiralo porastom pokrivenosti uvoza izvozom sa 20,78 na 24,64%

– **Kod TG 30 - Farmaceutski preparati i lijekovi** iako se u prvom polugodištu ove godine zbog povećane potražnje lijekova i raznih dezinfekcionih preparata farmaceutska industrija suočila sa jako otežanom nabavkom neophodnih sirovina za proizvodnju svojih preparata ali i distribucijom finalnih proizvoda, u posmatраних prvih 6 mjeseci 2020. ova grupa ostvarila je ipak porast izvoza za 6.275.628 KM (14,12%), dok je istovremeno uvoz povećan za 22.967.559 KM (6,86%). To je rezultiralo i povećanjem obima ukupne trgovinske razmjene ove grupe za 29.242.986 KM

HEMIJSKA I FARMACEUTSKA INDUSTRIJA BiH	I-VI 2019.				I-VI 2020.				PORAST %	
	UVOZ	IZVOZ	UKUPNO	Pokrivenost	IZVOZ	UVOZ	UKUPNO	Pokrivenost	2019/2020. Uvoz	2019/2020. Izvoz
TG 28 Neorganski hemijski proizvodi	106.169.632	327.257.868	433.427.499	308,24%	34.186.492	262.380.213	296.566.704	767,50%	-67,80	-19,82
TG 29 Organski hemijski proizvodi	40.864.909	8.489.975	49.354.884	20,78%	35.400.577	8.720.997	44.121.573	24,64%	-13,37	2,72
TG 30 Farmaceutski proizvodi	335.000.788	44.445.440	379.446.229	13,27%	357.968.347	50.720.868	408.689.215	14,17%	6,86	14,12
Ukupno HEMIJA I FARMACIJA	482.035.329	380.193.284	862.228.613	78,87%	427.555.415	321.822.077	749.377.492	75,27%	-11,30	-15,35
Ukupno BiH	9.988.809.981	6.015.628.523	16.004.438.504	60,22%	8.192.856.762	5.096.748.709	13.289.605.471	62,21%	-17,98	-15,27

### TOP 5 najznačajnijih izvoznih tržišta u prvih 6 mjeseci su:

- **TG 28:** Italija (38,4 miliona KM); Slovenija (32,95 miliona KM); Mađarska (27,07 miliona KM); Njemačka (19,36 miliona KM) i Austrija (14,06 miliona KM)
- **TG 29:** Italija (3,20 miliona KM); Turska (1,40 miliona KM); Poljska (0,68 miliona KM); Njemačka (0,70 miliona KM) i Slovenija (0,38 miliona KM)
- **TG 30:** Srbija (14,88 miliona KM); Ruska Federacija (5,40 miliona KM); Irak (2,60 miliona KM); Albanija (1,95 miliona KM); Ukrajina (1,94 miliona KM)

### TOP 5 najznačajnijih uvoznih tržišta u prvih 6 mjeseci su:

- **TG 28:** Mađarska (10,03 miliona KM); Srbija (3,53 miliona KM); Bugarska (3,19 miliona KM); Kina (2,33 miliona KM) i Rumunija (2,20 miliona KM)
- **TG 29:** Srbija (6,84 miliona KM); Poljska (4,90 miliona KM); Njemačka (2,18 miliona KM); Mađarska (2,03 mi-

liona KM) i Hrvatska (1,94 miliona KM) – **TG 30:** Nepoznata država (109,31 miliona KM); Slovenija (59,16 miliona KM); Hrvatska (19,30 miliona KM); Švicarska (18,50 miliona KM); Njemačka (16,70 miliona KM)

**Kako su najveća izvozna i uvozna tržišta u ovom sektoru Italija, Njemačka, Slovenija, Hrvatska, Mađarska, Austrija, Kina i sl. najžešće pogođena koronavirusom**, kao i zbog uvođenja strogih karantina i zabrane kretanja (pa i poslovanja) i izvoza deficitarnih sirovina, na što su se nadovezali i problemi sa transportom u oba smjera, bh. kompanije iz ovog sektora pretrpjele su i trpe značajnu štetu u smislu nemogućnosti nabavke neophodnih repromaterijala za proizvodnju, ali i nemogućnosti ili kašnjenja sa isporukom gotovih i ugovorenih proizvoda. Čak je u jednom momentu bilo skoro nemoguće dovesti neophodne repromaterijale za dalju proizvodnju u BiH zbog blokade granica pojedinih zemalja preko kojih se odvijao transport.

Brojne kompanije iz ovog sektora su donirale velike količine lijekova i sred-

stava za dezinfekciju ljudi i prostora bolnicama i medicinskim ustanovama koje zbrinjavaju oboljele od koronavirusa, kao i drugim javnim ustanovama kao pomoć u borbi protiv daljeg širenja virusa.

Međutim, i u ovom je sektoru zbog posljedica uvedenih mjera jedan dio kompanija morao zatvoriti firme (pretežno malih i mikro), drugi su izvršili reorganizaciju proizvodnje i poslali dio radnike na čekanje, prinudni godišnji odmor ili neplaćeno odsustvo, a bilo je i slučajeva otpuštanja radnika.

Zbog smanjenje proizvodnje uslijed nemogućnosti isporuka već ugovorene proizvodnje, nemogućnosti nabavke repromaterijala od stalnih dobavljača te potreba za iznalaženjem alternativnih tržišta i dobavljača, nemogućnosti otplate dugoročnih kredita zbog nedostatka priliva kapitala te brojnih drugih problema, u cilju prevazilaženja krize izazvane ovom pandemijom, i kompanijama iz ovog značajnog industrijskog sektora neophodna je ozbiljna i konkretna pomoć države.

*Muris Pozderac*





# Poljoprivredno-prehrambena industrija prije i tokom pandemije

U opšteno govoreći, ključni problemi privrede u BiH i dalje su nizak nivo proizvodnje, posebno one izvozno konkurentne, i loša struktura bh. izvoza, koju karakteriše izvoz sirovina i poluproizvoda, a manje gotovih, finalnih proizvoda.

Problem prekomjernog uvoza i, s tim u vezi, ogromnog trgovinskog deficita, nije moguće riješiti nikakvim palijsativnim mjerama. Rješavanje, odnosno njegovo ublažavanje, zahtijeva sistemski i sveobuhvatan pristup. Prije svega, nužno je nastaviti sa dosljednim provođenjem reformi i usklađivanjem propisa sa propisima Evropske unije kako bi se uklonile prepreke koje stoje na njenom putu ka evropskim integracijama, odnosno kako bi se obezbijedio i omogućio lakši pristup tržištu Evropske unije uz primjenu donesenih zakona i podzakonskih akata.

Jedan od najznačajnijih ekonomskih pokazatelja zemlje koji pokazuje nivo konkurentnosti njezinog privatnog sektora, kao i nivo ostvarene dodane vrijednosti u proizvodnji, jeste spoljnotrgovinski bilans. Nažalost, ovaj indikator konstantno pokazuje deficit Bosne i Hercegovine.

Bosna i Hercegovina uvozi i veliki broj najrazličitijih proizvoda za široku potrošnju (posebno prehrambenih) za koje postoji realna mogućnost supstitucije domaćim proizvodima. Usprkos toj činjenici, spoljnotrgovinski podaci pokazuju da na tom planu nisu učinjeni značajniji pomaci.

Sektor poljoprivrede i prehrambene industrije u BiH odlikuje se velikim nesrazmjerom potencijala i ostvarenih rezultata poslovanja. Naime, iako Bosna i Hercegovina raspolaže izvanrednim klimatskim i drugim uslovima za razvoj proizvodnje različitih oblika poljoprivredne proizvodnje i značajnim kapacitetima prehrambene industrije, ovaj sektor je suočen s brojnim i dugotrajnim problemima. Velika područja

plodnog zemljišta su već godinama neobrađena, a stočni fond nedovoljan je i za zadovoljavanje minimalnih potreba prerađivačkih kapaciteta i potrošnje.

Prema procjeni Agencije za statistiku BiH, bruto dodana vrijednost (u daljem tekstu: BDV) primarnih djelatnosti poljoprivrede, šumarstva i ribolova u 2018. godini je iznosila 1,97 milijardi KM i ima udio od oko 7% u formiranju BDV-a bh. privrede. Nominalni rast BDV-a poljoprivrede, šumarstva i ribolova u odnosu na prethodnu 2017. godinu iznosio je 12%. Na povećanje ukupne vrijednosti BDV-a uticao je rast BDV-a poljoprivrede, šumarstva i ribolova u Federaciji BiH za 13%, Republici Srpskoj za 12% i Brčko distriktu BiH za 4% u poređenju sa vrijednosti BDV-a iz prethodne godine.

Među ključnim problemima opšteg tipa izdvajaju se problemi finansiranja i osiguranja obrtnog kapitala, nedovoljnih ili nepostojećih podsticaja za proizvodnju i izvoz, prekomjeran uvoz i neloyalna konkurencija na domaćem tržištu, sporost preuzimanja i implementacije propisa Evropske unije, neusklađenost propisa na entitetskom nivou, sporost implementacije mjera iz dokumenta Mapa puta i nedovoljna kontrola inspeksijskih organa, posebno uvoznih proizvoda.

**\*Izvor: Godišnji izvještaj o stanju u poljoprivredi - MVTEO, maj 2020. godine:**

Ekonomski pokazatelji u poljoprivrednom sektoru u Bosni i Hercegovini u 2019. godini zabilježili su povećanje u odnosu na prethodnu godinu, i to povećanje BDV-a, učešća broja zaposlenih u poljoprivredi u ukupnom broju zaposlenih, povećanje prosječne neto zarade u poljoprivredi, šumarstvu i ribolovu i otkupu poljoprivrednih proizvoda.

Bruto dodana vrijednost primarnih djelatnosti poljoprivrede, šumarstva i ribolova u 2018. godini je iznosila 1,97 milijardi KM i ima udio od oko

7% u formiranju BDV-a bh. privrede. Nominalni rast BDV-a poljoprivrede, šumarstva i ribolova u odnosu na prethodnu 2017. godinu iznosio je 12%.

U ukupnoj zaposlenosti oko 18% radno sposobnog stanovništva je bilo zaposleno u poljoprivrednoj djelatnosti. Procenat zaposlenih muškaraca u poljoprivrednoj djelatnosti je iznosio 16,4%, dok je broj žena veći i iznosio je 20,5%. Prosječna neto isplaćena plata u djelatnosti poljoprivrede, šumarstva i ribarstva po zaposlenom u 2019. godini je iznosila 820 KM i veća je u poređenju sa neto isplaćenom platom iz prethodne godine za 4%.

Poslovni subjekti su od poljoprivrednih proizvođača u 2019. godini otkupili poljoprivrednih proizvoda u vrijednosti 331 milion KM, pri čemu je vrijednost otkupljenih proizvoda u ovoj godini veća za 21% u poređenju sa ukupnom vrijednosti otkupljenih poljoprivrednih proizvoda iz 2018. godine.

Površina korištenog poljoprivrednog zemljišta iznosila je 1.016.682 hektara, što je u odnosu na prethodnu godinu više za 51.310 hektara ili 5%. U strukturi oranica, najzastupljenije su zasijane površine sa učešćem od 52%, zatim slijede neobrađene oranice sa učešćem od 40% i ugari 8%. Ukupno zasijane površine u 2019. godini iznosile su 529.455 ha i manje su za 1%, neobrađene oranice 410.187 hektara, ugari 77.040 hektara i veće su za 12%, odnosno 20% u odnosu na 2018. godinu. Smanjenje zasijanih površina u 2019. godini je zabilježeno kod rasadnika za 5%, žita za 2%, povrća za 3% i industrijskog bilja za 1% u poređenju sa prethodnom godinom. Značajno povećanje površina je zabilježeno kod rasadnika, i to za 59%.

Ukupna ostvarena proizvodnja žita u 2019. godini je iznosila 1.666.184 tone i manja je za 4% u odnosu na ukupnu proizvodnju iz prethodne godine. Manja proizvodnja, u poređenju sa prethodnom godinom, je zabilježena





kod pšenice za 9%, raži za 8%, ječma za 6% i kukuruza za zrno za 3%, dok je zob zabilježila rast proizvodnje za 3%.

Ostvarena proizvodnja industrijskih usjeva je iznosila 39.226 tona i manja je za 3% u poređenju sa ukupnom proizvodnjom iz prethodne godine. Tokom 2019. godine ostvarena proizvodnja soje od 23.753 tone je bila za 2% veća u odnosu na prethodnu godinu. Što se tiče duvana proizvedeno je 1.433 tone lista duvana, što je za 1.288 tona ili 53% manje.

Proizvodnja krmnog bilja je u 2019. godini ostala na nivou proizvodnje od 941.737 tona kao i prethodne godine. Nešto veći prinosi su uticali na povećanje proizvodnje djeteline za 9% i lucerke za 8%. Proizvodnja silažnog kukuruza je ipak zabilježila manju proizvodnju, i to za 5% u poređenju sa prethodnom godinom.

Takođe, proizvodnja najznačajnijih povrtnih usjeva od 268.297 tona je jednaka ostvarenoj proizvodnji iz prethodne godine. Posmatrajući pojedinačno povrtne usjeve povećanje proizvodnje je zabilježeno kod graška za 12%, paprike za 8%, graha i crnog luka za 6% i kupusa za 3%. Manja proizvodnja je zabilježena u proizvodnji bijelog luka za 4%, krastavaca za 3% i mrkve za 2%. Proizvodnja paradajza je iznosila 43.700 tona i ostala je na nivou proizvodnje kao i prethodne godine. Što se tiče proizvodnje krompira, prinos po hektaru je ostao na nivou od 11 tona kao i prethodne godine, a ukupna proizvodnja ovog usjeva iznosila je 381.310 tona.

Kada je riječ o jagodičastom voću proizvodnja jagoda u 2019. godini je iznosila 10.582 tona i veća je za 8%, dok je prosječan prinos jagode po hektaru iznosio 8,1 tona. Malina je bila zasade na površini od 2.907 hektara sa kojih je proizvedeno 19.749 tona, što je za

28% manje u odnosu na prošlogodišnji rod. Prinos ubrane svježe maline po hektaru je iznosio 6,7 tona i manji je za 41% u poređenju sa rodnom iz prethodne godine.

Ukupna proizvodnja najznačajnijih voćnih vrsta i maslina iznosila je 280.532 tone i manja je za 22% u poređenju sa ukupnom proizvodnjom voća iz prethodne godine. Zbog nepovoljnih vremenskih uslova u 2019. godini (mraz, vjetar i grad) proizvodnja voća je smanjena kod šljive za 40%, višnje za 29%, trešnje za 21%, kruške za 18% i jabuke za 13%. Na manju proizvodnju uticali su i manji prinos voća po stablu, i to šljive za 39%, višnje za 31%, trešnje za 21%, kruške za 18% i jabuke za 12%. Ipak, kada je riječ o južnom voću i maslinama rezultati su jako dobri s obzirom na to da su i prinosi zabilježili povećanje u poređenju sa prethodnom godinom, i to limuna za 133%, masline za 31%, mandarine za 27%, kajsije za 21% i smokve za 5%. Povećanje prinosa kod voća odrazilo se i na ukupnu proizvodnju voća, a najveće povećanje je zabilježeno kod limuna za 114%, mandarine za 41%, masline za 27%, kajsije za 23% i smokve za 10%.

Tokom 2019. godine je proizvedeno 39.289 tona grožđa i proizvodnja je manja za 3% u odnosu na prošlu godinu. Iako je broj rodničkih čokota manji za 858 hiljada komada ili 5%, prinos grožđa po čokotu je bio značajno veći nego prethodne godine, i to za 4%, ali to nije uticalo da proizvodnja premaši 40 hiljada tona kao što je to bilo u prošloj godini.

Prema statističkim podacima o brojnom stanju stoke i peradi za 2019. godinu ukupan broj peradi je iznosio 22 miliona komada, ovaca milion grla, svinja 543 hiljade grla, 430 hiljada grla goveda, koza 72 hiljade i konja 14 hiljada. Broj košnica pčela je iznosio 423 hiljade komada. Brojno stanje goveda i koza je

manje za 2% u odnosu na brojno stanje iz prethodne godine. Povećanje brojnog stanja od 6% je zabilježeno kod peradi i košnica pčela za 4% u poređenju sa prethodnom godinom. Što se tiče svinja, ovaca i konja brojno stanje je ostalo nepromijenjeno u poređenju sa prethodnom godinom.

Proizvodnja sirovog mlijeka u 2019. godini je iznosila 643 miliona litara i manja je u poređenju sa proizvodnjom iz prethodne godine za 35 miliona litara ili 5%, na što je uticala manja proizvodnja sirovog kravljeg mlijeka za 5%, sirovog kozijeg mlijeka za 4% i proizvodnja ovčijeg mlijeka za 2% u odnosu na prethodnu godinu. Od ukupne količine proizvedenog kravljeg mlijeka u 2019. godini otkupljeno je 260.761 tona ili 41%, koje sadrži prosječno 3,9% mliječne masti i 3,3% proteina.

Proizvodnja vune u 2019. godini iznosila je 1.381 tonu, što je manje za 4% u odnosu na prošlu godinu, jaja 722 miliona i 876 hiljada komada i veća je za 9% u poređenju sa prethodnom godinom. Najznačajnije smanjenje proizvodnje se bilježi kod proizvodnje meda, i to za 16% u poređenju sa proizvodnjom iz prethodne godina kada je iznosila 1.432 tone.

Ukupan broj zaklanih goveda u klaonicama je iznosio 53.605, ovaca 102.588, svinja 7.749 i peradi 44.147 hiljada komada. Neto proizvodnja govedeg mesa je iznosila 11.939 tona, ovčijeg mesa 1.599 tona, svinjskog mesa 7.749 tone i mesa peradi 69.532 tone. Ukupna neto težina zaklane stoke i peradi je iznosila 90.819 tona i veća je 7% u odnosu na prethodnu godinu. Na veći nivo ukupne neto težine zaklane stoke i peradi uticalo je povećanje neto težine zaklanih ovaca za 11%, peradi za 8%, svinja za 6% i goveda za 4% u odnosu na isti period 2018. godine.

U ukupnoj trgovini Bosne i Hercegovine sa inostranstvom u 2019. godini uvoz poljoprivredno-prehrambenih proizvoda ima udio oko 16%, dok je udio izvoza poljoprivrednih proizvoda u ukupnom izvozu tek oko 7%. U bilansu razmjene poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda BiH sa inostranstvom u 2019. godini ostvarena je vrijednost izvoza od 799 miliona KM, uvoza 3 milijarde i deficita od 2,4 milijarde KM. Vrijednost izvoza poljoprivrednih proizvoda je u odnosu na prethodnu godinu manja za 4%, dok se na strani uvoza bilježi povećanje od 3%. Deficit je bio za 137 miliona KM ili 6%

veći u poređenju sa prethodnom godinom. Što se tiče trgovinskih partnera, Evropska unija je i dalje najznačajniji partner s obzirom na to da se oko 38% izvoza poljoprivredno-prehrambenih proizvoda plasiralo na ovo tržište, 36% u CEFTA-u, Tursku 16%, zemlje ostatka svijeta 8% i EFTA-u 2%. Kada je riječ o uvozu, na bh. tržište se najviše plasira poljoprivredno-prehrambenih proizvoda porijeklom iz EU, i to oko 55%, zemalja CEFTA-e oko 29%, ostatka svijeta 13%, Turske oko 3% i EFTA-e 0,2%.

Po osnovu podsticaja u poljoprivredi i ruralnom razvoju realizovano je oko 173 miliona KM i neznatno je (za 0,08%) veća nego prethodne godine. Za potrebe direktnih plaćanja, kao najzastupljenijeg oblika podrške, isplaćeno je oko 141 miliona KM ili 81%, 13 miliona KM ili 7,6% iznosa odnosilo se na podsticaje mjerama ruralnog razvoja.

Pandemija koronavirusa, primjena mjera za zaštitu zdravlja ljudi te uvođenje restriktivnih mjera nadležnih organa u Bosni i Hercegovini opet su stavili u prvi plan veliku boljku ekonomije Bosne i Hercegovine - ovisnost o uvozu, dugoročne i sistemske probleme ekonomije u BiH.

Kriza uzrokovana koronavirusom i višemjesečni prekid rada HoReCa sektora doveli su do velikog smanjenja prodaje i potrošnje proizvoda iz poljoprivredno-prehrambenog sektora.

Prema Redovnom ekonomskom izvještaju Svjetske banke o Zapadnom Balkanu iz proljeća 2020. godine, 72 odsto mikro preduzeća i 66 odsto malih preduzeća na Balkanu izjavilo je da je uticaj krize bio izrazito negativan na njihovo poslovanje.

Globalni lanci snabdijevanja su značajno pogođeni te su mnoge države pokrenule mjere u cilju dostizanja samoodržive proizvodnje u određenim industrijskim sektorima.

Povremene nestašice određenih proizvoda na bh. tržištu ukazale su na potrebu hitnog djelovanja u određenim segmentima domaće proizvodnje.

Spoljnotrgovinska komora BiH je tokom prvih mjeseci (mart/april 2020. godine) izbijanja krize uzrokovane pandemijom COVID-19 anketirala privrednike širom Bosne i Hercegovine, pogotovo u segmentu stanja zaliha sirovina/gotovih proizvoda. Rezultati ankete su još jednom pokazali da, naročito u sektoru poljoprivredno-prehrambene industrije, ovisimo o uvozu sirovina pa i o uvozu pojedinih gotovih proizvoda.

U tom smislu, internom analizom sačinjena je lista prioritetnih sirovina/proizvoda koji su neophodni na bh. tržištu:

### **Poljoprivredno-prehrambena industrija (po tarifnom broju):**

- 1001 99 00 00 Merkantilna pšenica
- 1512 19 90 00 /1512 11 91 00 Ulje
- 1206 00 99 00 Sjeme suncokreta, u ljusci
- 1101 i 1102 Brašno
- 1005 Merkantilni kukuruz
- 2304 Uljane pogače i ostali čvrsti ostaci dobijeni pri ekstrakciji ulja od soje, nemljeveni, mljeveni ili peletizovani
- 1507 Sojino ulje i njegove frakcije, rafinirani ili nerafinirani, ali hemijski nemodifikovani
- 1201 90 00 00 Soja u zrnu
- 1515 Ostale stabilne (neisparljive) biljne masti i ulja (uključujući jobova ulje) i njihove frakcije, rafinirani
- 1701 Šećer
- 2309 90 31 00 Preparati koji se koriste za prehranu životinja ostali, hrana za ribe i premiks 230990960
- 230230900 Stočno brašno
- 1001 91 Pšenica; 1002 10 Raž; 1003 10 Ječam; 1004 10 Zob; 1007 10 Sirak
- 2102 Kvasci (aktivni ili neaktivni)
- 1511 90 Palmino ulje/mast
- 0402 10 11 00 Mlijeko u prahu, granulama ili drugim čvrstim oblicima
- 0402 29 11 00 Posebno mlijeko za dojenčad, hermetički zatvoreno...
- 3808 91 Insekticidi; 3808 92 Fungicidi; 3808 93 Herbicidi (iako spadaju u proizvode hemijske industrije, koriste se u poljoprivrednoj industriji za zaštitu)

Takođe, u ovom sektoru od strateškog značaja je proizvodnja sljedećih proizvoda:

- Voće i povrće
- Pileće i goveđe meso, jaja
- Mlijeko i mliječni proizvodi

Kako je i prethodno navedeno, glavna kočnica u BiH je usitnjenost posjeda te niska tehnološka opremljenost, sistemske pristup subvencijama/podsticajima zbog čega su, između ostalog, poljoprivredni proizvodi domaćih proizvođača puno skuplji od uvoznih.

Navodimo samo jedan primjer gdje se udruženim djelovanjem dugoročno posmatrano može smanjiti deficit: pše-

nično brašno se u BiH velikim dijelom proizvodi na bazi uvezene pšenice.

Dugoročno posmatrano, potrebno je imati vlastitu proizvodnju pšenice.

Za sve navedene podsektore poljoprivredno-prehrambene industrije potrebno je što hitnije međusobno usaglasiti sve nadležne institucije u Bosni i Hercegovini i aktivno raditi na sljedećim principima:

- subvencije
- ukupnjavanje posjeda
- kooperanti
- uključenje institucija i fakulteta
- obezbjeđenje otkupa prerađivačke industrije
- Takođe, iako je tokom godina više puta naglašeno i ima određenih pomaka, treba se istaknuti da je neophodno unaprijediti sljedeće segmente:
  - nedostatak obrtnih sredstava za poljoprivredu
  - uspostaviti pouzdanu statistiku proizvodnje i potrošnje kako bi se mogla uopšte planirati proizvodnja ako govorimo o planskoj ekonomiji
  - potrebne subvencije za korištenje visokih tehnologija u poljoprivredi
  - razvijati istraživačke kapacitete u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja
  - jačati mjere kontrole zdravstvene ispravnosti namirnica i poljoprivrednih proizvoda (naročito uvoznih)

U nastavku dajemo pregled mjera.

## **MJERE I PRIORITETI U OBLASTI POLJOPRIVREDE, ISHRANE I RURALNOG RAZVOJA ZA 2020. GODINU**

(preuzeto iz referentnog Godišnjeg izvještaja MVTEOBiH):

*Kako je i navedeno u Godišnjem izvještaju Ministarstva spoljne trgovine i ekonomskih odnosa BiH za 2019/2020. godinu, prema Mišljenju Evropske komisije o zahtjevu Bosne i Hercegovine za članstvo u Evropskoj uniji, Bosna i Hercegovina je u ranoj fazi pripremljenosti u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja i neophodno je da značajno unaprijedi administrativne kapacitete u ovoj oblasti i uspostavi fundamentalne instrumente i institucije za učešće u Zajedničkoj poljoprivrednoj politici (ZPP).*

*Kada je riječ o bezbjednosti hrane, veterinarskoj i fitosanitarnoj politici dostignut je određen nivo pripremljenosti*

ali je potrebno dodatno uskladiti sisteme službenih veterinarskih i fitosanitarnih kontrola sa pravilima EU, poboljšati institucionalno uređenje kako bi se izbjeglo preklapanje nadležnosti te ojačati lanac kontrole i koordinacije.

U oblasti ribarstva, Bosna i Hercegovina je u **ranj fazi pripremljenosti**. U predstojećem periodu potrebno je izraditi usklađen cjelodržavni dokument politike ribarstva i efikasno ga sprovesti u cijeloj zemlji, u skladu sa *acquisem*. Moraju se poboljšati administrativne strukture i ojačati institucionalni kapaciteti za upravljanje i kontrolu ribarskih aktivnosti u skladu sa obavezama iz zajedničke ribarske politike Evropske unije. Takođe bi trebalo uspostaviti i voditi registar flote.

Aktivnosti koje su ključne za napredak Bosne i Hercegovine u evropskim integracijama i sprovođenju reformi u vezi su sa mjerama i prioritetima od kojih su najvažniji:

a) pravno usklađivanje, preuzimanje i implementacija propisa sa pravnom stečevinom Evropske unije

b) usklađivanje poljoprivrednih politika i politika ruralnog razvoja u Bosni i Hercegovini sa zajedničkom poljoprivrednom politikom Evropske unije

c) ispunjavanje uslova za korištenje predpristupnih fondova Evropske unije za poljoprivredu i ruralni razvoj

d) dostizanje potrebnog nivoa standarda kvaliteta i bezbjednosti hrane za nesmetanu trgovinu poljoprivrednim proizvodima i izvoz svih roba životinjskog porijekla na tržište Evropske unije

e) izgradnja i jačanje institucionalnih kapaciteta

Prioritetno područje za sprovođenje reformi je zakonodavstvo. U ovoj oblasti je planirano:

- usvajanje Zakona o izmjeni i dopuni Zakona o hrani

- usvajanje Zakona o izmjeni i dopuni Zakona o veterinarstvu

- usvajanje Zakona o izmjeni Zakona o poljoprivredi, ishrani i ruralnom razvoju Bosne i Hercegovine

- usvajanje Zakona o vinu

- unapređenje zakonskog okvira za razvoj i jačanje organske proizvodnje u Bosni i Hercegovini

- unapređenje zakonodavstva u oblasti morskog ribarstva i akvakulture

- poboljšanje regulatornog okvira za kontrolu uvoza hrane

- usvajanje Plana preuzimanja pravne stečevine Evropske unije u oblasti poljoprivrede i ruralnog razvoja, vete-

rinarstva, bezbjednosti hrane i zaštite zdravlja bilja, nakon izrade i usvajanja cjelovitog Programa usvajanja EU *acquisa* za Bosnu i Hercegovinu (NPAA)

Za usklađivanje poljoprivredne politike i politike ruralnog razvoja, između ostalog, potrebno je:

- efikasno realizovati Strateški plan ruralnog razvoja Bosne i Hercegovine – Okvirni dokument (2018-2021)

- poboljšati uslove spoljnotrgovinskog poslovanja i zaštite domaće proizvodnje, prije svega jačanjem primarne poljoprivrede i prehrambene proizvodnje

- postepeno harmonizovati mjere podrške u poljoprivredi

- podsticati usvajanje standarda kvaliteta i jačanje konkurentnosti proizvođača kroz usklađivanje mjera podrške na nivou zemlje bilo da su to subvencije za proizvođače ili grantovi za investicije

- poboljšati efikasnost korištenja i nivo zaštite raspoloživih poljoprivrednih resursa i dr.

Za izgradnju i jačanje institucionalnih kapaciteta u sektoru poljoprivrede, ishrane, ruralnog razvoja i ribarstva potrebno je, kako je između ostalog navedeno u pomenutom izvještaju MVTEO-a:

- unaprijediti poljoprivrednu statistiku kroz razvoj Poljoprivrednog informacionog sistema osiguranjem procesa harmonizacije Registara poljoprivrednih gazdinstava i Registra klijenata

- sprovesti popis poljoprivrede

- ojačati sposobnosti za analitiku sprovedenih politika, strategija, programa i mjera

- intenzivirati aktivnosti na uspostavljanju sistema monitoringa i evaluacije u sektoru poljoprivrede, prehrane i ruralnog razvoja

- nastaviti aktivnosti na uspostavljanju i razvoju Mreže računovodstvenih podataka poljoprivrednih gazdinstava i započeti aktivnosti na uspostavljanju Poljoprivredno-tržišnog informacionog sistema

- institucionalno i administrativno ojačati kapacitete sistema službene kontrole hrane i hrane za životinje, uključujući i granične kontrolne tačke

- ojačati institucionalne i administrativne kapacitete, posebno kapacitete fitosanitarnih inspektora

U cilju dostizanja standarda i ispunjavanja uslova za izvoz hrane potrebno je:

- uskladiti sisteme službenih veterinarskih i fitosanitarnih kontrola sa pravilima EU

- unaprijediti institucionalne kapaci-

tete u okviru postojećih nadležnosti

- ojačati lanac kontrole i koordinacije i eliminisati preklapanje nadležnosti

- organizovati i sprovesti obuke za subjekte u poslovanju hranom po standardima EU o kontroli kvaliteta

- uvesti međulaboratorijska uporedna ispitivanja, povećati njihove administrativne kapacitete, a posebno kapacitete inspeksijskih službi i laboratorija

- ubrzati pripreme za referentne laboratorije u zemlji

- uvećati akreditacije laboratorijskih metoda koje se koriste za higijensku, veterinarsku i fitosanitarnu kontrolu i analizu hrane i hrane za životinje

- usvojiti šemu sjemena OECD-a, prije svega za poljoprivredno sjeme i šumski materijal

- izraditi i usvojiti propise i mjere za uvođenje tržišnih standarda kvaliteta u skladu sa evropskim i standardima OECD-a (tržišni standardi za voće i povrće, žitarice, meso i mlijeko...), odnosno sa standardima organizacije zajedničkog tržišta EU

- u oblasti ribarstva ubrzati aktivnosti na usklađivanju domaćeg zakonodavstva koje uređuje ovu oblast i uložiti dodatne napore u sprovođenju *acquisa* za oblast akvakulture

Aktivnim uključivanjem i angažmanom nadležnih institucija na svim nivoima vlasti u BiH i ostalih zainteresovanih učesnika u poljoprivrednom sektoru u BiH može se odgovoriti na tržišne i konkurentske izazove, ali i ispunjavanju velikih zahtjeva u procesu integracija i sticanja članstva Evropske unije.

\*\*\*

Ono što je trenutno najrealnije i najučinkovitije je udružena akcija svih aktera (institucije, komore u BiH, društvo) u segmentu jačanja svijesti za kupovinom domaćih proizvoda.

Pored marketinške kampanje, a neophodna je združena od svih pozvanih aktera, neophodno je uvesti, recimo, u škole kampanje za učenje podmlatka o bitnosti kupovine domaćeg proizvoda, pokrenuti kampanju edukacije kupaca, promociju domaćih proizvoda i domaće proizvodnje s ciljem promjene mentaliteta domaćih potrošača, uz angažman i podršku svih institucija. Svi trebamo zapamtiti jednu računicu: ako se kupi domaći proizvod u vrijednosti od, na primjer, 10 KM, 8 KM ostaje u Bosni i Hercegovini. Svaki komentar na ovu računicu je suvišan.

**1. Pregled i analiza spoljnotrgovinske**



razmjene mlijeka i mliječnih prerađevina u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. god. (u KM)

Godina	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0401 Mlijeko i pavlaka, nekonzentrisani i bez dodatnog šećera ili drugih sredstava za zaslađivanje	30.252.801	26.737.053	56.989.855	113,1%	35.622.972	22.279.001	57.901.973	159,9%	17,75	-16,67
0402 Mlijeko i pavlaka, koncentrisani ili sa dodatim šećerom ili drugim sredstvima za zaslađivanje	182.077	1.478.232	1.660.309	12,3%	2.716	748.431	751.147	0,4%	-98,51	-49,37
0403 Mlačenica, kiselo mlijeko i pavlaka, jogurt, kefir i zakiseljeno mlijeko, sa dodatim ili bez dodatog šećera ili drugih zaslađivača, aromatizirani ili sa dodatim voćem, orašastim plodovima ili kakaom	19.537.444	10.385.073	29.922.517	188%	8.121.515	10.485.816	18.607.331	77%	-58,43	0,97
0404 Surutka, koncentrisana ili nekonzentrisana, s dodatim šećerom ili drugim sladilima	18.324	3.620.402	3.638.726	0,5%	21.773	4.445.744	4.467.517	0,5%	18,82	22,80
0405 Maslac i mliječni namazi	987.796	7.502.702	8.490.498	13,2%	899.831	7.302.904	8.202.735	12,3%	-8,91	-2,66
0406 Sir i skuta	3.049.613	37.766.345	40.815.958	8,1%	3.540.835	33.995.124	37.535.959	10,4%	16,11	-9,99
UKUPNO:	54.028.054	87.489.807	141.517.861	61,8%	48.209.642	79.257.020	127.466.662	60,8%	-10,77	-9,41

Analizirajući spoljnotrgovinsku razmjenu mlijeka i mliječnih proizvoda za period od šest mjeseci 2019/2020. godine uočava se obim razmjene u vrijednosti od **127.466.662,00 KM** u 2020. godini. U toku 2019. godine izvezeno je mlijeka i mliječnih proizvoda u vrijednosti od **54.028.054,00 KM** a uvezeno **87.489.807,00 KM**. Poredeći podatke sa istim periodom tekuće godine, bilježimo **pad izvoza od 10,8% ali i uvoza od 9,4%**. **Bilježi se značajan rast izvoza mlijeka i pavlake 17,75%, surutke 18,82% te sira i skute 16,11%**.

**Glavna tržišta u 2020. godini su:** Srbija, Crna Gora, Hrvatska, Sjeverna Makedonija, Njemačka te Mađarska.

2. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene ribe i ribljih prerađevina u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0301 Žive ribe	588.467	1.024.258	1.612.724	57,45%	317.415	846.290	1.163.705	37,5%	-46,1	-17,4
0302 RIBE svježe ili rashlađene, osim fileta	4.182.016	714.718	4.896.734	585,1%	3.219.529	2.389.667	5.609.196	134,7%	-23,0	234,4
0303 RIBE smrznute, osim fileta	856.855	5.157.183	6.014.038	16,61%	1.020.436	2.986.706	4.007.142	34,2%	19,1	-42,1
0304 Riblji fileti i ostalo riblje meso	1.423.131	4.053.413	5.476.545	35,1%	1.087.951	3.680.556	4.768.507	29,6%	-23,6	-9,2
0305 RIBE sušene, soljene ili u salamuri, dimljene ribe	1.254.055	999.136	2.253.192	125,5%	2.132.230	1.431.683	3.563.913	149%	70,0	43,3
0306 Ljuskavci, s ljuskom ili bez ljuske, živi, svježi, rashlađeni, smrznuti, sušeni	676.019	1.203.991	1.880.010	56,1%	499.549	1.286.088	1.785.637	38,8%	-26,1	6,8
0307 Mekušci, s ljuštrom ili bez ljuštore, živi, svježi, rashlađeni, smrznuti	1.797.494	3.592.420	5.389.914	50,0%	1.065.989	4.649.805	5.715.794	22,9%	-40,7	29,4
0308 Vodeni beskičmenjaci	0	5.969	5.969	0,0%	0	0	0			-100,00
1604 Konzervisana riba	2.060.541	28.174.709	30.235.250	7,3%	5.646.801	25.063.768	30.710.569	22,5%	174,0	-11,0
1605 Rakovi, mekušci i ostali vodeni beskičmenjaci, konzervisana	2.562.741	460.124	3.022.865	557,0%	2.601.954	391.199	2.993.153	665,1%	1,5	-15,0
UKUPNO:	15.401.320	45.385.921	60.787.241	33,9%	17.591.854	42.725.762	60.317.616	41,2%	14,2	-5,9

Obim razmjene ribe i ribljih prerađevina u prvih šest mjeseci 2020. godine iznosio je **60.317.616 KM**, od čega je izvoz u istom periodu iznosio **17.591.854 KM** a uvoz 42.725.762 KM. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 41,2%.

Obim razmjene ribe i ribljih prerađevina za isti period prošle godine iznosio je 60.787.241 KM, od čega je udio izvoza iznosio 15.401.320 KM a uvoza 45.385.921 KM. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 33,9%.

Iz navedenog slijedi da je prvih šest mjeseci 2020. godine zabilježen ukupan rast izvoza od 14,2% u odnosu na isti period u 2019. godini, kao i pad uvoza za 5,9%. Značajno je spomenuti rast izvoza konzervisane ribe od preko 3.000.000 KM u odnosu na prošlu godinu.



### 3. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene mesa i mesnih prerađevina u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0201 Goveđe meso, svježe ili rashlađeno	56.328	82.971.686	83.028.014	0,07%	8.031.004	69.877.305	77.908.309	11,49%	14157,57	-15,78
0202 Goveđe meso, smrznuto	139.314	7.169.956	7.309.270	2%	0	6.415.976	6.415.976	0,0%		-10,52
0203 Svinjsko meso, svježe, rashlađeno ili smrznuto	0	28.879.065	28.879.065	0%	587.151	25.008.237	25.595.388	2%		-13,40
0204 Ovčije ili kozije meso, svježe, rashlađeno ili smrznuto	38.688	483.324	522.012	8,0%	11.735	213.797	225.532	5,5%	-69,67	-55,77
0206 Jestivi klaonički proizvodi od goveda, svinja, ovaca, koza, konja i magaraca, mla i mazgi, svježi, rashlađeni ili smrznuti	213.131	4.438.446	4.651.577	4,8%	212.054	3.428.903	3.640.957	6,2%	-0,51	-22,75
0207 Meso peradi i jestivi klaonički proizvodi od peradi, svježi, rashlađeni ili smrznuti	3.534.467	11.534.762	15.069.229	30,6%	5.491.056	10.551.530	16.042.586	52,0%	55,36	-8,52
0209 Svinjska masnoća, očišćena od mesa i masnoća peradi, netopljeni, niti drugačije ekstrahovani, svježi, rashlađeni, smrznuti	0	248.827	248.827	0,00%		250.351	250.351	0,0%		0,61
0210 Meso i jestivi mesni klaonički proizvodi, soljeni, u salamuri, sušeni ili dimljeni	1.081.777	3.562.111	4.643.888	30,37%	1.340.770	2.671.655	4.012.425	50,2%	23,94	-25,00
1601 Kobasice i slični proizvodi, od mesa, drugih klaoničkih proizvoda; prehrambeni proizvodi na bazi tih proizvoda	1.800.243	21.361.064	23.161.307	8,43%	2.291.344	20.634.408	22.925.752	11,10%	27,28	-3,40
1602 Ostali pripremljeni ili konzervirani proizvodi od mesa, drugih klaoničkih proizvoda	17.045.028	12.679.196	29.724.224	134,4%	29.950.894	12.842.998	42.793.892	233,2%	75,72	1,29
UKUPNO:	23.908.976	173.328.437	197.237.413	13,8%	47.916.008	151.895.160	199.811.168	31,5%	100,41	-12,37

Obim razmjene mesa i mesnih prerađevina u prvih šest mjeseci u 2020. godini iznosio je **199.811.168 KM**, što je više za oko 2,5 miliona KM u odnosu na prvih šest mjeseci 2019. godine. Izvoz mesa i mesnih prerađevina u prvih 6 mjeseci 2020. godine iznosio je **47.916.008 KM**, a uvoz **151.895.160 KM**. Pokrivenost uvoza izvozom u posmatranom periodu iznosila je 31,5%.

### 4. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene vode i sokova u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
2201 Voda, uključujući i mineralnu bez dodatka šećera	2.252.200	12.349.072	14.601.272	18,24%	2.118.958	9.978.687	12.097.645	21,2%	-5,9	-19,2
2202 Voda, uključujući i mineralnu sa dodatkom šećera	23.118.574	71.356.064	94.474.637	32,4%	20.802.370	57.272.117	78.074.487	36,3%	-10,0	-19,7
2009 Voćni sokovi i sokovi od povrća, nefermentirani, sa dodatim ili bez dodatog šećera ili drugih sredstava za zaslađivanje	646.235	6.906.058	7.552.293	9,36%	497.775	5.846.321	6.344.096	8,5%	-23,0	-15,3
UKUPNO:	26.017.008	90.611.194	116.628.202	28,7%	23.419.103	73.097.125	96.516.227	32,0%	-10,0	-19,3

Obim spoljnotrgovinske razmjene vode i sokova u prvih šest mjeseci 2020. godine iznosio je **96.516.228 KM**, od čega je izvoz u istom periodu iznosio **23.419.103 KM** a uvoz **73.097.125 KM**. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 32%. Zabilježen je ukupan pad i uvoza i izvoza u odnosu na isti period u prošloj godini, i to izvoza za 10% a uvoza za 19,3%.

## 5. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene piva u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Godina	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
2203000100 Pivo u bocama	723.273	33.698.509	34.421.782	2,1%	934.564	29.128.633	30.063.197	3,2%	29	-14
2203000900 Pivo u ambalaži do 10 l	745.066	12.557.885	13.302.951	5,9%	522.235	14.479.851	15.002.086	3,6%	-30	15
2203001000 Pivo u ambalaži preko 10 l	296.699	2.121.784	2.418.483	14,0%	170.329	1.212.238	1.382.567	14,1%	-43	-42,9
UKUPNO:	1.765.039	48.378.178	50.143.217	3,6%	1.627.128	44.820.722	46.447.851	3,6%	-8	-7

Obim spoljnotrgovinske razmjene piva u prvih šest mjeseci 2020. godine iznosio je 46.447.851 KM, od čega je izvoz u istom periodu iznosio **1.627.128 KM** a uvoz **44.820.722 KM**. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 3,6%. Zabilježen je blagi pad i izvoza i uvoza u odnosu na isti period u 2019. godini.

## 6. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene proizvoda mlinske industrije u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
1101 Brašno od pšenice ili napolice	5.208.980	10.352.941	15.561.921	50,31%	7.361.487	12.897.596	20.259.083	57,08%	41,32	24,58
1102 Brašno od žitarica, osim od pšenice ili suražice	127.064	375.373	502.437	33,85%	152.263	386.585	538.848	39,39%	19,83	2,99
1103 Prekrupa, krupica i pelete od žitarica	30.617	3.015.580	3.046.197	1,02%	61.090	3.578.387	3.639.477	1,71%	99,53	18,66
1104 Žitarice u zrnju na drugi način obrađene	142.740	901.385	1.044.125	15,84%	239.201	907.628	1.146.829	26,35%	67,58	0,69
1105 Brašno, krupica, prah, pahuljice, granule i pelete od krompira	2.634	332.586	335.220	0,79%	0	334.549	334.549	0,00%	-100,00	0,59
1106 Brašno, krupica i prah od osušenoga mahunastoga povrća	107.485	721.430	828.916	14,90%	71.611	366.895	438.507	19,52%	-33,38	-49,14
1107 Slad, pržen ili nepržen:	0	3.598.367	3.598.367	0,00%	0	3.066.513	3.066.513	0,00%		-14,78
1108 Škrob i inulin	9.334	1.373.032	1.382.366	0,68%	5.654	1.091.729	1.097.383	0,52%	-39,43	-20,49
1109 Pšenični gluten, osušen ili neosušen	8	141.210	141.218	0,01%	0	46.949	46.949	0,00%	-100,00	-66,75
UKUPNO:	5.628.863	20.811.904	26.440.767	27,05%	7.891.306	22.676.831	30.568.137	34,80%	40,19	8,96

Obim spoljnotrgovinske razmjene proizvoda mlinske industrije u prvih 6 mjeseci 2020. godine iznosio je 30.568.137 KM, od čega je izvoz iznosio 7.891.306 KM a uvoz 22.676.831 KM. Izvoz proizvoda mlinske industrije je rastao za 40,2%, dok je uvoz rastao za nekih 8,9%. Izvoz brašna od pšenice u prvih 6 mjeseci 2020. godine rastao je za 41,3%, dok je uvoz u istom posmatranom periodu rastao za 24,6%. Vodeća tržišta za izvoz brašna bila su Turska, Crna Gora, Sjeverna Makedonija, dok su vodeća uvozna tržišta u prvih 6 mjeseci 2020. godine Srbija i Hrvatska.

## 7. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene šećera u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
1701 Šećer od šećerne trske ili šećerne repe i hemijski čista saharoza	2.674.900	22.436.573	25.111.473	11,92%	1.390.828	34.766.809	36.157.638	4,00%	-48,00	54,96
1702 Ostali šećeri	4.134.967	4.444.560	8.579.527	93,03%	1.339.781	3.068.324	4.408.105	43,66%	-67,60	-30,96
1703 Melase dobivene pri ekstrakciji ili rafinisanju šećera	102.825	41.432	144.257	248,18%	75.937	26.690	102.627	284,52%	-26,15	-35,58
UKUPNO:	6.912.692	26.922.565	33.835.257	25,68%	2.806.547	37.861.823	40.668.370	7,41%	-59,40	40,63

Obim spoljnotrgovinske razmjene šećera u prvih 6 mjeseci 2020. godine iznosio je 40.668.370 KM, od čega je izvoz iznosio 2.806.547 KM a uvoz 37.861.823 KM. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 7,4%. Izvoz šećera ukupno u prvih 6 mjeseci 2020. godine je u padu za -59,4%. Bitno je spomenuti da je izvoz šećera u Italiju u posmatranom periodu izostao u odnosu na isti period 2019. godine, kao i da je izvoz šećera u ostale izvozne zemlje gotovo prepolovljen. Vodeća zemlja uvoza je i dalje Hrvatska, iz koje se u prvih 6 mjeseci tekuće godine uvezlo šećera od šećerne trske ili šećerne repe u vrijednosti od skoro 30 miliona KM.

**8. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene voća i prerađevina od voća u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)**

Godina	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0803901000 Banane svježe	394.425	33.007.352	33.401.777	1,19%	104.691	32.577.258	32.681.949	0,32%	-73,46	-1,30
0804100000 Datule	257.356	2.472.621	2.729.977	10,41%	389.494	3.539.731	3.929.225	11,00%	51,34	43,16
0804209000 Smokve suve	252.107	1.149.083	1.401.190	21,94%	210.326	1.045.989	1.256.315	20,11%	-16,57	-8,97
0804300000 Ananas, svježi	4.018	993.600	997.618	0,40%	18.620	815.083	833.703	2,28%	363,41	-17,97
0804400000 Avokado	0	314.467	314.467	0,00%	0	327.196	327.196	0,00%		4,05
080510 Narandže slatke, svježe (osim podbroja 0805 10 80 00*)	34.014	9.302.424	9.336.437	0,37%	59.428	12.260.323	12.319.751	0,48%	74,72	31,80
080521 Mandarine, svježe, razne vrste	8.383	1.405.929	1.414.311	0,60%	12.828	3.599.938	3.612.767	0,36%	53,03	156,05
0805220000 Klementine	0	2.606.605	2.606.605	0,00%	0	797.103	797.103	0,00%		-69,42
805400000 Grejpfrut (grape-fruit), uključujući pomelo	0	846.473	846.473	0,00%	34.071	1.112.587	1.146.658	3,06%		31,44
080550 Limuni i limete	63.848	6.703.867	6.767.715	0,95%	41.290	10.449.030	10.490.320	0,40%	-35,33	55,87
0806101000 Grožđe stono, svježe	0	771.969	771.969	0,00%	0	883.172	883.172	0,00%		14,41
080620 Groždice, groždice vrste sultana i ostale vrste suvog grožđa	360.737	1.450.482	1.811.219	24,87%	485.838	1.491.279	1.977.117	32,58%	34,68	2,81
0807110000 Lubenice	0	4.251.322	4.251.322	0,00%	0	3.995.091	3.995.091	0,00%		-6,03
0807190000 Dinje	0	515.769	515.769	0,00%	0	567.731	567.731	0,00%		10,07
0808108000 Jabuke svježe	7.891.436	6.622.054	14.513.490	119,17%	7.589.689	11.084.077	18.673.766	68,47%	-3,82	67,38
0808309000 Kruške svježe	6.825.574	4.818.980	11.644.554	141,64%	6.527.379	4.329.444	10.856.823	150,77%	-4,37	-10,16
0809100000 Kajsije	0	436.082	436.082	0,00%	0	445.447	445.447	0,00%		2,15
0809210000 i 0809290000 Višnje i trešnje, svježe	233.093	2.724.081	2.957.174	8,56%	110.791	2.462.739	2.573.530	4,50%	-52,47	-9,59
0811907500 Višnje, smrznute	1.288.104	257.177	1.545.281	500,86%	1.627.379	263.019	1.890.398	618,73%	26,34	2,27
080930 Breskve i nektarine	1.698.482	1.842.505	3.540.987	92,18%	490.407	1.726.586	2.216.993	28,40%	-71,13	-6,29
0809400500 Šljive, svježe	0	62.255	62.255	0,00%	6.488	149.791	156.280	4,33%		140,61
0813200000 Šljive, suve	45.898	822.162	868.059	5,58%	30.517	1.056.308	1.086.825	2,89%	-33,51	28,48
0810100000 Jagode, svježe	673.068	657.760	1.330.828	102,33%	163.444	828.340	991.785	19,73%	-75,72	25,93
0811109000 Jagode, smrznute	441.866	81.943	523.810	539,23%	245.124	208.041	453.165	117,82%	-44,53	153,88
0810201000 Maline, svježe	123.518	5.458	128.976	2262,92%	143.833	0	143.833		16,45	-100,00
0811203100 Maline, smrznute	27.802.800	1.677.095	29.479.895	1657,80%	25.929.259	973.942	26.903.201	2662,30%	-6,74	-41,93
0810403000 Borovnice šumske, svježe	364.137	23.664	387.801	1538,79%	244.754	7.336	252.090	3336,30%	-32,79	-69,00
0811905000 Borovnice šumske, smrznute	383.280	422.527	805.807	90,71%	239.527	55.540	295.068	431,27%	-37,51	-86,86
0810500000 Kivi	0	1.346.388	1.346.388	0,00%	0	1.585.584	1.585.584	0,00%		17,77
2007 Džemovi, voćni želei, marmelade, pirei i paste od voća ili od orašastih plodova dobiveni kuhanjem	2.742.938	3.157.924	5.900.862	86,86%	2.560.910	2.611.991	5.172.901	98,04%	-6,64	-17,29
UKUPNO:	51.889.081	90.750.018	142.639.099	57,18%	47.266.089	101.249.696	148.515.786	46,68%	-8,91	11,57

Izvoz iz sektora voća i prerađevina od voća u padu je u prvih 6 mjeseci 2020. godine za 4.622.992 KM, procentualno gledano za -8,9% u odnosu na posmatrani period u 2019. godini gdje je izvoz iznosio 51.889.081 KM. Uvoz u sektoru voća i prerađevina voća je u porastu u posmatranom periodu u 2020. godini i vrijednosno on iznosi 101.249.696 KM, što procentualno iznosi 11,5%. U istom periodu u prethodnoj godini uvoz je iznosio 90.750.018 KM.

Iako još uvijek u blagom padu od 6,7%, izvoz smrznute maline je dominantniji u odnosu na druge voćne kulture i vrijednosno je izvoz smrznute maline u prvih 6 mjeseci u 2020. godine iznosio 25.929.259 KM, za 1.873.541 KM manje nego u prvih 6 mjeseci 2019. Više je pala količina izvoza nego vrijednost, što sugerise rast izvozne cijene smrznute maline, što je jako pozitivno i ohrabrujuće za domaće proizvođače.

Blagi pad kod voćnih kultura koje takođe dominiraju ovim sektorom bilježimo kod svježih krušaka (-4,4%), ali istovremeno imamo i pad uvoza od -10%. Vrijednosno je izvoz krušaka u prvih 6 mjeseci 2020. godine iznosio 6.527.379 KM, a gotovo sav taj izvoz ide za Rusku Federaciju. Kod svježih jabuka došlo je do pada izvoza za -3,8%, a vrijednosno je izvoz svježih jabuka za prvih 6 mjeseci 2020. godine iznosio 7.589.689 KM, a gotovo sav izvoz ide za Rusku Federaciju, Crnu Goru i Srbiju. Vrijednosno uvoz svježih jabuka u prvih 6 mjeseci 2020. god. se skoro udvostručio i on iznosi 11.084.077 KM, što procentualno predstavlja rast od 67,3%

U prvih 6 mjeseci 2020. godine uvozom, između ostalog, dominiraju svježe banane s 32.577.258 KM uvoza, zatim narandže 12.260.323 KM, kod kojih primjećujemo porast uvoza za 31,8% (samo u aprilu tekuće godine narandži raznih vrsta je vrijednosno uvezeno 3.389.446 KM), dalje slijede limuni i limete s 10.449.030 KM uvoza (porast 55,9%) te mandarine 3.599.938 KM (porast od 156%).

9. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene povrća i prerađevina od povrća u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. god. (u KM)

Godina	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS	
	Lzvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Lzvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0701905000 Krompir mladi, svjež ili rashlađen	1.687.662	2.596.843	4.284.504	64,99%	874.616	3.218.711	4.906.373	52,43%	-48,18	23,95
0701909000 Krompir ostali, svjež ili rashlađen	31.638	3.426.001	3.457.639	0,92%	726.582	1.720.231	1.751.869	1,84%	2196,58	-49,79
0702000000 Paradajz, svjež ili rashlađen	6.183	12.247.913	12.254.096	0,05%	18.404	12.129.653	12.135.836	0,05%	197,67	-0,97
0703101900 Crni luk	11.316	3.750.523	3.761.838	0,30%	23.444	2.282.860	2.294.176	0,50%	107,18	-39,13
0703109000 Luk vlasac	0	9.102	9.102	0,00%	0	23.234	23.234	0,00%		155,27
0703200000 Bijeli luk	24.010	519.242	543.252	4,62%	0	906.790	906.790	0,00%	-100,00	74,64
0703900000 Praziluk (prasa) i ostalo povrće vrste luka	153.719	308.761	462.480	49,79%	0	200.154	200.154	0,00%	-100,00	-35,18
0704100000 Karfiol i brokula	7.787	422.382	430.170	1,84%	6.130	418.000	424.130	1,47%	-21,28	-1,04
0704901000 Bijeli i crveni kupus	360.021	1.651.621	2.011.642	21,80%	164.931	1.300.295	1.465.225	12,68%	-54,19	-21,27
2005996000 Kiseli kupus, nesmrznut	23.666	11.574	35.241	204,47%	53.043	3.665	56.708	1447,46%	124,13	-68,34
0705110000 Salata glavatica, svježa ili rashlađena	231.474	260.385	491.859	88,90%	0	134.108	134.108	0,00%	-100,00	-48,50
0705190000 Salata ostala, svježa ili rashlađena	1.045.720	38.604	1.084.324	2708,80%	888.134	27.254	915.389	3258,68%	-15,07	-29,40
0706100000 Mrkva i bijela repa	0	1.368.034	1.368.034	0,00%	0	1.046.233	1.046.233	0,00%		-23,52
0706901000 Celer, korijen	0	197.056	197.056	0,00%	0	133.633	133.633	0,00%		-32,19
0706903000 Hren	28.194	459	28.654	6137,44%	59.262	219	59.481	27047,77%	110,19	-52,31
0706909000 Cvekla, tuovac, rotkvice, peršun korjenaš, pastirnjak	0	152.080	152.080	0,00%	0	130.864	130.864	0,00%		-13,95
0707000500 Krastavci, svježi ili rashlađeni	26.673	2.306.792	2.333.464	1,16%	94.671	2.194.489	2.289.159	4,31%	254,93	-4,87
0707009000 Kornišoni, svježi ili rashlađeni	0	14.033	14.033	0,00%	0	62.193	62.193	0,00%		343,19
2001100000 Krastavci i kornišonipripremljeni ili konzervisani u sirćetu ili sirćetnoj kiselini	982.630	656.528	1.639.158	149,67%	709.681	564.350	1.274.031	125,75%	-27,78	-14,04
0710210000 Grašak, smrznut	27.378	1.219.241	1.246.619	2,25%	48.966	1.369.173	1.418.139	3,58%	78,85	12,30
2005400000 Grašak, konzervisan	2.955	214.105	217.060	1,38%	2.829	226.835	229.664	1,25%	-4,27	5,95
0708200000 Grah u mahunama ili u zrnu, svjež ili rashlađen	1.101	20.679	21.780	5,32%	7.961	46.852	54.813	16,99%	623,35	126,56
0710220000 Grah smrznut	17.804	718.418	736.222	2,48%	28.845	678.293	707.138	4,25%	62,01	-5,59
0713339000 Grah osušeni, uključujući i bijeli	346.460	2.666.487	3.012.947	12,99%	804.663	4.950.575	5.755.238	16,25%	132,25	85,66
2005510000 Grah u zrnu, konzervisan	0	297.469	297.469	0,00%	0	392.696	392.696	0,00%		32,01
0709300000 Patlidžan, svjež ili rashlađen	3.033	607.923	610.956	0,50%	0	594.499	594.499	0,00%	-100,00	-2,21
0709931000 Tikvice (buče), svježe ili rashlađene	22.362	1.019.989	1.042.351	2,19%	938	1.045.944	1.046.882	0,09%	-95,81	2,54
0709601000 Paprike slatke, svježe ili rashlađene	401.272	5.209.784	5.611.056	7,70%	437.968	5.392.809	5.830.777	8,12%	9,15	3,51
0710805100 Paprike slatke, smrznute	0	9.408	9.408	0,00%	30.859	42.185	73.044	73,15%		348,38
2001907000 Paprike slatke, konzervisane sirćetom ili sirćetnom kiselinom	253.230	200.897	454.127	126,05%	340.901	169.856	510.758	200,70%	34,62	-15,45
0710400000 Kukuruz šećerac, smrznut	1.643	160.543	162.186	1,02%	1.743	205.573	207.316	0,85%	6,12	28,05
710900000 Mješavine povrća smrznute	27.938	3.159.392	3.187.330	0,88%	35.726	3.404.256	3.439.982	1,05%	27,88	7,75
2005800000 Kukuruz šećerac, konzervisan na drugi način osim u sirćetu ili sirćetnoj kiselini	3.098	792.757	795.855	0,39%	0	885.207	885.207	0,00%	-100,00	11,66
2005998000 Ostalo povrće, pripremljeno na drugi način osim u sirćetu kiselini, nesmrznuto*	24.949	1.407.382	1.432.332	1,77%	142.297	1.725.265	1.867.563	8,25%	470,35	22,59
UKUPNO:	5.753.912	47.642.409	53.396.322	12,08%	5.502.595	47.626.956	53.223.302	11,55%	-4,37	-0,03





Izvoz iz sektora povrća i prerađevina povrća je u padu u prvih 6 mjeseci u 2020. godine za 251.317 KM, u odnosu na isti posmatrani period u 2019. godini, što procentualno iznosi -4,4%. Uvoz u ovom sektoru je u blagom padu od -0,03% u odnosu na isti posmatrani period 2019. godine i vrijednosno uvoz iznosi 47.626.956 KM.

Izvoz svježe salate i krompira je dominantniji u odnosu na druge povrtlarske kulture, što je i karakteristično za prvu polovinu godine te je u ovom posmatranom periodu u 2020. godini izvezeno svježe salate u vrijednosti od 886.143 KM. Istina, vidljiv je pad u odnosu na isti posmatrani period u 2019. godini a procentualno on iznosi -15%. Izvoz konzumnog krompira kako mladog tako i običnog je u porastu i njihova vrijednost izvoza je 1.601.198 KM. Iako u padu od -27,78%, dalje slijedi izvoz konzervisanih krastavaca i kornišona u vrijednosti od 709.681 KM, te izvoz osušenog graha u vrijednosti 804.663 KM (rast 132,25%).

Uvozom dominiraju svježi paradajz i paprike, čija ukupna vrijednost uvoza u prvih 6 mjeseci u 2020. godini iznosi 17.522.462 KM, zatim slijedi uvoz osušenog graha 4.950.575 KM te smrznute mješavine povrća u vrijednosti 3.404.256 KM.

#### 10. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene jakih alkoholnih pića u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
220820 Alkoholna pića dobivena destilacijom vina od grožđa ili koma od grožđa (Cognac, vinjak, lozovača i komovica, ostali)	114.972	617.352	732.324	18,6%	54.397	360.934	415.331	15,1%	-52,69	-41,54
220830 Viski (Burbon, Scotch, ostali)	166.990	2.259.328	2.426.318	7,4%	204.580	1.834.752	2.039.332	11,2%	22,51	-18,79
220840 Rum i i druga alkoholna pića dobivena destilacijom fermentisanih proizvoda od šećerne trske	9.612	116.192	125.804	8,3%	38.541	113.774	152.315	33,9%	300,97	-2,08
220850 Džin i klekovača	20.092	642.833	662.925	3,1%	26.331	578.964	605.295	4,5%	31,05	-9,94
220860 Votka	32.538	1.271.598	1.304.136	2,6%	75.965	970.991	1.046.956	7,8%	133,47	-23,64
220870 Likeri i sredstva za osvježenje	321.084	3.689.339	4.010.423	8,7%	170.590	2.498.368	2.668.958	6,8%	-46,87	-32,28
220890 (Rakije) od šljivja, krušaka, trešanja ili višanja (osim likera); Ouzo; Tequila; ostale vrste destilovanih pića	6.501.344	3.853.588	10.354.932	168,7%	3.926.104	2.873.199	6.799.303	136,6%	-39,61	-25,44
UKUPNO:	7.166.632	12.450.230	19.616.862	57,6%	4.496.508	9.230.982	13.727.490	48,7%	-37,26	-25,86

Analizirajući podatke spoljnotrgovinske razmjene kod jakih alkoholnih pića za period prvih šest mjeseci bilježimo pad izvoza u vrijednosti od 2.670.124,00 KM, što je, gledano u postocima, smanjenje od 37,26%. Ukupna vrijednost izvoza u prvih šest mjeseci iznosi 4.496.508,00 KM.

Ukupna vrijednost uvoza u prvih šest mjeseci u 2020. godini iznosi 9.230.982,00 KM te je, gledano u postocima, došlo do pada uvoza od 25,86%.

## 11. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene žitarica u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
1001 Pšenica i suražica	15.206	44.592.488	44.607.695	0,03%	2.868.940	62.801.898	65.670.839	4,57%	18767,06	40,84
1002 Raž	4.694	126.956	131.650	3,70%	657	85.718	86.376	0,77%	-86,00	-32,48
1003 Ječam	893	3.407.368	3.408.262	0,03%	17.240	2.891.173	2.908.413	0,60%	1829,58	-15,15
1004 Zob	0	573.196	573.196	0,00%	21.369	524.995	546.363	4,07%		-8,41
1005 Kukuruz	1.421.231	34.815.252	36.236.484	4,08%	1.637.635	38.729.369	40.367.005	4,23%	15,23	11,24
1006 Riža	75.591	4.900.649	4.976.240	1,54%	216.221	6.107.162	6.323.383	3,54%	186,04	24,62
1008 Heljda, proso i ostale vrste žitarica	38.070	180.925	218.995	21,04%	17.178	90.689	107.867	18,94%	-54,88	-49,87
UKUPNO:	1.555.686	88.596.835	90.152.521	1,76%	4.779.240	111.231.005	116.010.245	4,30%	207,21	25,55

Obim razmjene žitarica u prvih 6 mjeseci u 2020. godini iznosio je **116.010.245** KM. Od toga je izvoz žitarica iznosio nepunih 4,8 miliona KM, dok je uvoz u istom periodu iznosio nešto više od 111 miliona KM.

Izvoz žitarica u prvih 6 mjeseci u 2020. godini povećan je za 207,2% u odnosu na prvih 6 mjeseci u 2019., ali takođe imamo porast uvoza za 25,5% u odnosu na isti posmatrani period u 2019. godini.

Rast izvoza najviše je zabilježen kod tarifnog broja 1001 Pšenica i suražica, što se pripisuje izvozu za Republiku Tursku u vrijednosti od gotovo 2,84 miliona KM. S druge smo pak strane imali i povećanje uvoza od 40,9% i vrijednosno taj izvoz je bio preko 62,8 miliona KM. Ovaj rast zasigurno možemo pripisati kao posljedicu pandemije koronavirusa kada je došlo do povećanja potražnje za brašnom, a samim tim i pšenicom, kako na domaćem tako i na svjetskim tržištima. Povećanje izvoza u ovom posmatranom periodu primjećujemo još kod kukuruza za 15,2% (vrijednosno izvoz iznosi 1,63 miliona KM), riže 186% i ječma.

Pad izvoza primjećujemo kod raži i tarifnog broja 1008 koji obuhvata žitarice kao što su heljda, proso, sjemenke za ptice i drugo. Što se tiče uvoza u prvih 6 mjeseci u 2020. godine njegov pad je zabilježen kod raži za nekih -32%, heljde i ostalih vrsta žitarica za -49,9% te ječma -15,5%. Povećanje uvoza, osim kod gore pomenute pšenice i suražice, primjećujemo još kod riže i kukuruza.

Ukoliko posmatramo spoljnotrgovinsku razmjenu po državama, što se tiče izvoza u prvih 6 mjeseci 2020. godine, već smo spomenuli tarifni broj 1001 Pšenica i suražica, kod kojeg je došlo i do najvećeg porasta izvoza i gotovo je sav izvoz išao u Tursku. Što se tiče ostalih žitarica, kukuruza smo izvezili takođe u Tursku, Hrvatsku i Srbiju, a rižu u Srbiju i SAD.

Što se tiče uvoza po državama, kod tarifne glave 1001 Pšenice i suražice najviše smo uvozili iz Mađarske i to u vrijednosti od preko 36,6 miliona KM, Srbije (17,4 miliona KM) te Hrvatske (8,6 miliona KM). Kukuruz smo najviše uvozili iz Srbije (29,2 miliona KM), Hrvatske (7,9 miliona KM), a riže najviše iz Italije (2,6 miliona) i Slovenije (preko 1 milion KM) u prvih 6 mjeseci tekuće godine.



**12. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene pojedinih konditorskih proizvoda u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. g. (u KM)**

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
1704101000 Žvakaće gume, nezavisno jesu li prevučene šećerom ili ne, sa sadržajem manjim od 60% po masi saharoze	1.838	171.551	173.389	1,072%	1.572	507.783	509.355	0,31%	-14,5	196,0
1704109000 Žvakaće gume, nezavisno jesu li prevučene šećerom ili ne, sa sadržajem većim od 60% po masi saharoze	0	296.812	296.812	0,000%	0	384.767	384.767	0,00%		29,6
1704903000 Bijela čokolada	48.697	1.050.451	1.099.148	4,64%	114.687	854.232	968.919	13,43%	135,5	-18,7
1704906100 Proizvodi prevučeni šećerom	19.585	863.565	883.150	2,27%	22.703	719.246	741.949	3,16%	15,9	-16,7
1704906500 Gumeni proizvodi i žele proizvodi, uključujući voćne paste u obliku proizvoda od šećera	59.788	2.341.969	2.401.757	2,55%	49.990	2.317.725	2.367.715	2,16%	-16,4	-1,0
1704907100 Bomboni punjeni ili nepunjeni	99.712	6.127.400	6.227.112	1,63%	234.778	5.252.224	5.487.003	4,47%	135,5	-14,3
1704907500 Karamele i slične slatkiši	30.714	3.447.772	3.478.485	0,89%	11.514	3.140.994	3.152.508	0,37%	-62,5	-8,9
1704908100 Komprimati, komprimirani bomboni	0	567.646	567.646	0,00%	0	424.541	424.541	0,00%		-25,2
1704909900 Ostali proizvodi od šećera (fondane, marcipan, nugat, ekstrakti slatkog korijena)	101.900	3.021.491	3.123.391	3,37%	154.072	2.667.110	2.821.182	5,78%	51,2	-11,7
1805000000 Kakao prah	7.495	1.405.148	1.412.643	0,53%	34.990	1.356.078	1.391.068	2,58%	366,9	-3,5
180610 Kakao prah sa dodatim šećerom ili drugim zaslađivačima	0	137.164	137.164	0,00%	0	162.115	162.115	0,00%		18,2
1806310000 Čokolada u blokovima, pločama ili šipkama sa punjenjima	88.968	21.248.198	21.337.166	0,42%	552.527	21.031.210	21.583.737	2,63%	521,0	-1,0
1806321000 Čokolada u blokovima, pločama ili šipkama sa dodatim žitaricama, voćem ili orašastim plodovima	72.175	11.778.711	11.850.886	0,61%	978.180	13.040.186	14.018.367	7,50%	1255,3	10,7
1806329000 Čokolada u blokovima, pločama ili šipkama, ostale vrste	1.759.161	10.600.693	12.359.855	16,59%	2.400.513	10.762.001	13.162.514	22,31%	36,5	1,5
1806901100 Čokolade (uključujući praline) koje sadrže alkohol	12.488	338.596	351.083	3,69%	7.036	218.882	225.918	3,21%	-43,7	-35,4
1806901900 Čokolade (uključujući praline) ostale	227.762	4.651.793	4.879.556	4,90%	380.300	4.424.773	4.805.072	8,59%	67,0	-4,9
1806903100 Čokolade punjene, neobičnih oblika i figura	1.491.636	11.222.464	12.714.099	13,29%	1.160.232	10.002.958	11.163.190	11,60%	-22,2	-10,9
1806903900 Čokolade nepunjene, neobičnih oblika i figura	777.705	2.286.048	3.063.753	34,02%	1.236.195	2.595.784	3.831.979	47,62%	59,0	13,5
1806905000 Proizvodi od šećera i njihove zamjene napravljene od zamjena šećera, koji sadrže kakao	26.072	1.683.570	1.709.642	1,55%	7.321	1.506.796	1.514.117	0,49%	-71,9	-10,5
1806906000 Namazi koji sadrže kakao	3.930.276	8.138.595	12.068.871	48,29%	4.350.115	8.677.284	13.027.400	50,13%	10,7	6,6
1806907000 Čokoladni dodaci koji sadrže kakao, namijenjeni za pravljenje pića	80.882	1.656.732	1.737.614	4,88%	120.182	1.456.530	1.576.712	8,25%	48,6	-12,1
1806909000 Praškovi koji sadrže kakao za proizvodnju krema, sladoleda, deserta i sličnih proizvoda	1.207.172	3.101.058	4.308.230	38,93%	1.216.656	2.912.765	4.129.422	41,77%	0,8	-6,1
190520 Medenjaci i slično	392.905	1.710.178	2.103.082	22,97%	607.417	1.579.499	2.186.916	38,46%	54,6	-7,6
190531 Slatki keksi	9.420.499	27.083.374	36.503.874	34,78%	13.208.901	27.520.243	40.729.144	48,00%	40,2	1,6
190532 Vaffli i oblande	8.893.709	13.002.491	21.896.200	68,40%	8.304.547	13.340.606	21.645.152	62,25%		2,6
UKUPNO:	28.751.139	137.933.469	166.684.608	20,84%	35.154.429	136.856.331	172.010.760	25,69%	22,3	-0,8

Obim spoljnotrgovinske razmjene konditorskih proizvoda u prvih šest mjeseci 2020. godine iznosio je 172.010.760 KM, od čega je izvoz u istom periodu iznosio 35.154.429 KM a uvoz 136.856.331 KM.

Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 25,7%. U ovom periodu došlo je do povećanja uvoza žvakaćih guma sa udjelom saharoze manjim od 60% i znatnog povećanja izvoza čokolade u blokovima, pločama ili šipkama sa punjenjima u odnosu na isti period za 2019. godinu.



### 13. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene gljiva u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0709510000 Svježe jestive gljive iz roda Agaricus (Šampinjoni)	11.374	22.938	34.312	49,59%	33.440	0	33.440		194,00	-100,00
0709591000 Lisičarke, svježe	692.480	0	692.480		1.029.715	0	1.029.715		48,70	
0709593000 Vrganji, svježi	216.150	0	216.150		139.971	0	139.971		-35,24	
0709595000 Tartufi, svježi	0	0	0		13.269	0	13.269			
0709599000 Ostale vrste jestivih gljiva, svježe	131.477	2.005	133.482	6557,5%	470.448	234	470.682	201046,2%	257,82	-88,33
0711590000 Privremeno konzervisane jestive ostale vrste gljiva, ali u stanju neprikladnom za neposrednu prehranu	29.919	0	29.919		41.763	0	41.763		39,59	
0712310000 Sušene jestive gljive iz roda Agaricus (Šampinjoni)	0	1.856	1.856	0,0%	0	0	0			-100,00
0712390000 Sušene jestive gljive ostale vrste	4.615.453	2.434.923	7.050.376	189,6%	7.686.881	2.652.501	10.339.382	289,8%	66,55	8,94
0710806100 Smrznuti jestivi šampinjoni	0	5.898	5.898	0,0%	0	4.738	5	0,0%		-99,92
0710806900 Smrznute jestive gljive ostale vrste	811.530	17.276	828.806	4697,4%	341.899	35.783	377.682	955,5%	-57,87	107,13
UKUPNO:	6.508.383	2.484.896	8.993.279	261,9%	9.757.386	2.688.523	12.445.909	362,9%	49,92	8,19

U toku prvih šest mjeseci 2020. godine izvezeno je gljiva u vrijednosti od 9.757.386,00 KM, a uvezeno 2.688.523,00 KM. Poredeći podatke sa istim periodom 2019. godine, bilježimo porast izvoza **za 49,92%** i porast uvoza **od 8,19%**. Sušenih jestivih gljiva najviše se izvozi u Švicarsku, Njemačku i Francusku.

### 14. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene ljekovitog bilja i čaja u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0902 Čaj, aromatizovan ili nearomatizovan	5.465	419.036	424.501	1,30%	255.075	401.684	656.759	63,50%	4.567,4	-4,1
1211 Ljekovito bilje i dijelovi bilja (uključujući sjeme i plodove), svježi, rashlađeni, smrznuti ili osušeni, rezani ili cijeli, drobljeni ili mljeveni, vrsta koje se naročito koriste u parfimeriji, farmaciji i drugo	2.098.364	1.711.472	3.809.836	122,61%	3.563.557	2.212.271	5.775.828	161,08%	69,8	29,3
UKUPNO:	2.103.829	2.130.508	4.234.337	98,75%	3.818.632	2.613.955	6.432.587	146,09%	81,5	22,7

U spoljnotrgovinskoj razmjeni ljekovitog bilja i čaja u navedenom periodu 2020. bilježimo porast izvoza za 81,5%, ali i rast uvoza za 22,7% u odnosu na isti period 2019. godine. Obim spoljnotrgovinske razmjene ljekovitog bilja i čaja u prvih šest mjeseci tekuće godine je porastao za 2.198.250,00 KM u odnosu na isti period protekle godine.

### 15. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene jaja u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0407 Jaja peradi i ptičja jaja, u ljusci, svježa, konzervisana ili kuhana, jaja za inkubaciju	2.143.611	1.843.762	3.987.373	116,3%	3.587.808	1.263.112	4.850.920	284,0%	67,4	-31,5
0408 Jaja peradi i ptičja jaja, bez ljuske i žumanjci, jaja svježa, sušena, kuhana, oblikovana, smrznuta ili na drugi način konzervisana i ostala	26.508	230.411	256.919	11,5%	16.560	444.655	461.215	3,7%	-37,5	93,0
UKUPNO:	2.170.119	2.074.173	4.244.292	104,6%	3.604.368	1.707.767	5.312.135	211,1%	66,1	-17,7

U spoljnotrgovinskoj razmjeni jaja u periodu od januara do jula 2020. bilježimo porast izvoza za 66,1% i pad uvoza za 17,7% u odnosu na isti period 2019. godine. Obim spoljnotrgovinske razmjene jaja u prvih šest mjeseci tekuće godine je porastao za 1.067.843 KM u odnosu na isti period protekle godine.



### 16. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene vina u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
2204 Vino od svježeg grožđa, uključujući pojačana vina te mošt od grožđa	3.516.319	13.249.042	16.765.361	26,54%	2.517.002	10.911.141	13.428.143	23,07%	-28,4	-17,6
UKUPNO:	3.516.319	13.249.042	16.765.361	26,54%	2.517.002	10.911.141	13.428.143	23,07%	-28,4	-17,6

Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene kod vina u prvih šest mjeseci 2019. godine iznosio je **16.765.361,00 KM**, a u istom periodu tekuće godine **13.428.143,00 KM**. Bilježi se pad izvoza za 28,4%, ali i pad uvoza za 17,6%.

### 17. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene eteričnih ulja i njihovih destilata u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. god. (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
3301 Eterična ulja (bez terpena ili sa terpenima), koncentrat eteričnih ulja u mastima, uljima, voskovima ili slično, vodeni destilati i vodene otopine eteričnih ulja	2.761.203	411.430	3.172.633	671,123%	2.844.704	636.311	3.481.015	447,062%	3,0	54,7
UKUPNO:	2.761.203	411.430	3.172.633	671,12%	2.844.704	636.311	3.481.015	447,06%	3,0	54,7

Analizirajući podatke spoljnotrgovinske razmjene eteričnih ulja za prvih šest mjeseci 2019. i 2020. godine zaključujemo da je došlo do rasta izvoza za 3% te rasta uvoza za 54,7%. I dalje su glavna tržišta Francuska, Hrvatska, Belgija i SAD.

### 18. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene orašastih plodova u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Posmatrani period	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS %	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
0802220000 Lješnici, oljušteni	184.104	1.046.063	1.230.167	17,6%	363.286	1.652.195	2.015.481	22,0%	97,33	57,94
0802310000 Orasi, u ljusci	0	0	0		0	527	527	0,0%		
0802320000 Orasi, oljušteni	202.776	4.411.869	4.614.645	4,6%	247.133	4.714.499	4.961.632	5,2%	21,87	6,86
0802410000 Kesteni, u ljusci	0	17.003	17.003	0,0%	0	22.076	22.076	0,0%		29,84
UKUPNO:	386.880	5.474.935	5.861.815	7,1%	610.419	6.389.297	6.999.716	9,6%	57,78	16,70

Kod spoljnotrgovinske razmjene orašastih plodova u prvih šest mjeseci 2020. u odnosu na isti posmatrani period 2019. godine bilježimo rast izvoza za 57,78%, ali i porast uvoza za 16,70%. Najveći porast izvoza bilježi se kod oljuštenih lješnjaka (za oko 97,33%).

### 19. Pregled i analiza spoljnotrgovinske razmjene duvana u periodu od 1. 1. do 30. 6. 2019/2020. godine (u KM)

Godina	od 1. 1. do 30. 6. 2019.				od 1. 1. do 30. 6. 2020.				INDEKS	
	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Izvoz	Uvoz	Obim	Pokrivenost uvoza izvozom	Indeks 2020/2019. Izvoz	Indeks 2020/2019. Uvoz
2401 Neprerađeni duvan, duvanski otpaci	1.272.850	879.128	2.151.979	144,8%	372.605	749.990	1.122.595	49,7%	-70,7	-14,7
2402 Cigare, cigarilosi i cigarete od duvana ili zamjena duvana	2.651.525	34.266.641	36.918.165	7,7%	1.980.479	34.113.265	36.093.745	5,8%	-25,3	-0,4
2403 Ostali prerađeni duvan i prerađene zamjene duvana	632.752	1.347.816	1.980.568	46,9%	1.188.735	2.492.105	3.680.840	47,7%	87,9	84,9
UKUPNO:	4.557.127	36.493.585	41.050.712	12,5%	3.541.819	37.355.360	40.897.179	9,5%	-22,3	2,4

Obim spoljnotrgovinske razmjene duvana i duvanskih prerađevina u prvih šest mjeseci 2020. godine iznosio je 40.897.179 KM, od čega je izvoz u istom periodu iznosio 3.541.819 KM a uvoz 37.355.360 KM. Pokrivenost uvoza izvozom iznosila je 9,5%. Zabilježen je pad izvoza za 22,3% i blagi porast uvoza za 2,4%.



Sweden/USAID FARMA II

# Kampanja Hrana Gurmana pritiče u pomoć malim biznisima

Početak jula 2020. Sweden/USAID FARMA II projekt pokrenuo je Hrana Gurmana kampanju koja će podržati 120 malih biznisa u Bosni i Hercegovini i promovisati njihovu visokokvalitetnu hranu i poljoprivredne proizvode.

**K**riza uzrokovana koronavirusom i višemjesečni prekid rada HoReCa sektora doveli su do velikog smanjenja prodaje i potrošnje

delikatesnih i gurmanskih proizvoda koje proizvode mali biznisi. Male delikatesne trgovine također su zabilježile ozbiljan pad prometa.

Prema Redovnom ekonomskom izvještaju Svjetske banke o Zapadnom Balkanu iz proljeća 2020. godine, 72 odsto mikro preduzeća i 66 odsto malih preduzeća na Balkanu izjavilo je da je uticaj krize bio izrazito negativan na njihovo poslovanje.

„Iako smo prisutni u svim velikim tržišnim lancima, HoReCa, to jest hoteli i restorani, su i dalje veliko tržište za nas. S pojavom koronavirusa naša prodaja se gotovo zaustavila. April je

za nas bio katastrofalan mjesec“, kaže Tomislav Puđa iz Eko sir Puđa.

## Veza između proizvođača i potrošača

Ali nije sve izgubljeno. Nedavna anketa koju je tokom pandemije proveo Valicon pokazala je da čak 85 odsto potrošača u BiH smatra da treba kupovati domaće proizvode, 72 odsto ih je navelo da već kupuju više domaćih proizvoda, dok je 50 odsto izrazilo spremnost platiti više za domaći proizvod.

Računajući na ovakav stav potrošača i nastojeći da pomognu malim bizni-

sima u BiH da se nose s posljedicama pandemije COVID-19 i prošire svoju bazu kupaca, Sweden/USAID FARMA II projekt pokrenuo je kampanju za informisanje javnosti pod nazivom Hrana Gurmana. Od jula do septembra 2020. kampanja će promovisati visokokvalitetne prehrambene proizvode iz cijele BiH, dok će prirodna kozmetika biti promovisana pod srodnim sloganom.

Kampanja će promovisati 120 malih biznisa, uključujući 100 poljoprivrednih proizvođača visokokvalitetne hrane iz sektora voća i povrća, mlijeka i mliječnih proizvoda, peradarstva, meda, ljekovitog i aromatičnog bilja, šumskog voća i gljiva te deset delikatesnih trgovina koje nude ove proizvode i deset restorana koji koriste domaće bh. proizvode u svojoj kuhinji.

Iz Sweden/USAID FARMA II projekta navode da kampanjom žele skrenuti pažnju potrošača u Bosni i Hercegovini na neke od najboljih domaćih proizvođača i njihove proizvode. Cilj im je povezati ljubitelje ukusne i zdrave hrane s najboljim proizvodima koje Bosna i Hercegovina može ponuditi te trgovinama i restoranima koji ih nude.

„Domaći delikates proizvodi vežu nas za okuse i mirise sa kojima smo odrastali, vraćaju nas u vrijeme kad se nisu koristili pojačivači okusa i konzer-

vansi i kad smo sa nestrpljenjem čekali da se objed posluži na stolu. Za mlade generacije gurmana tradicijski proizvodi vrhunskog kvaliteta su nezaobilazni u kreativnim i inovativnim jelima moderne kuhinje“, rekao je Samir Ibišević, vlasnik Balkantina Gourmet Shopa iz Sarajeva.

Kampanja Hrana Gurmana vodiće se na društvenim mrežama uključujući [Facebook](#), [Instagram](#), [Twitter](#), [YouTube](#) i [LinkedIn](#) te na internetskoj stranici Sweden/USAID FARMA II projekta [www.farmabih.ba](http://www.farmabih.ba). Kampanja će pričati priče o kvalitetnim proizvodima, njihovom okusu i idejama, mjestima i ljudima koji su doveli do njihovog nastanka.

### Javni poziv

Već 6. jula FARMA II projekt je objavio javni poziv kojim je pozvao sve bh. proizvođače koji ispunjavaju uslove da se pridruže kampanji. Prema tim uslovima, trgovine i restorani su trebali biti registrovani kao privatna preduzeća, dok su proizvođači mogli biti registrovani kao obrti, privatna preduzeća ili zadruge koje proizvode visokokvalitetne proizvode. Od malih biznisa se također tražilo da budu spremni da sarađuju u kampanji i da pruže sve informacije i fotografije potrebne za učinkovitu

promociju.

Do 20. jula, inicijalno postavljenog roka za prijave za učesće u kampanji, prijavilo se više od osamdeset malih proizvođača, a broj restorana i dućana je bio približno 30. Kako Hrana Gurmana nije zatvorila vrata za one koji kasne sa prijavom, očekuje se da će broj malih biznisa uključenih u kampanju premašiti planiranih 120.

Rezultati kampanje će se znati krajem septembra kada će svi uključeni mikro, mali i srednji proizvođači i ponuđači visokokvalitetne hrane i prirodne kozmetike moći uraditi analizu svog poslovanja tokom kampanje. Iz Sweden/USAID FARMA II projekta očekuju da će se efekti kampanje osjetiti i nakon toga jer će se do tada razviti i novi odnosi između kupaca i proizvođača.

Kao glasnik Spoljnotrgovinske komore Bosne i Hercegovine, mi vas jedino možemo pozvati da se priključite kampanji Hrana Gurmana i podržite bh. male biznise.





# Kako do oznake porijekla, geografskog porijekla i garantovano tradicionalnog specijaliteta

Na međunarodnom tržištu velika je konkurencija u plasmanu prehrambenih proizvoda. U toj borbi za konkurentnost sve više se cijene autohtoni proizvodi, odnosno oni čije posebne karakteristike proizilaze iz vrijednosti njihovih sastojaka, načina proizvodnje i prerade te podneblja iz kojeg dolaze.

Područje Bosne i Hercegovine je poznato po specifičnim prehrambenim proizvodima ili tradicionalnim gastronomskim specijalitetima. Autohtoni prehrambeni proizvodi po mnogo čemu *kazuju* priču o bogatoj tradiciji, iskustvu, posebnosti življenja i običajima brojnih generacija.

Takvi proizvodi se dobijaju od autentičnih sirovina biljnog ili animalnog porijekla, a često imaju specifičan postupak proizvodnje, jedinstvenu recepturu i pripremu. U tim proizvodima sažet je i dio istorije, kulture, religije i tradicionalnog načina života. Upravo takvi proizvodi postaju predmet interesovanja domaćih potrošača, turista i potrošača u drugim dijelovima svijeta. Podrška proizvodnji prehrambenih proizvoda sa specifičnim oznakama kao i njihova promocija mogu značajno obogatiti turističku ponudu i doprinijeti razvoju ruralnih područja.

Takođe, potrošači prehrambenih proizvoda žele da znaju šta jedu, odakle dolazi hrana koju jedu, kojom vrstom hrane su hranjene životinje od kojih potiče hrana animalnog porijekla i kako se ona proizvodi. Potrošači žele garancije da je ono što jedu zdravo i da je okolina gdje se hrana proizvodi čista kao i da su ljudi koji proizvode hranu zdravi i čisti.

To je pravo koje proizvođači, distributeri i prodavci hrane moraju poštovati. Danas se proizvođači koncentrišu na različit kvalitet i različite ukuse potrošača, među kojima su jako važni regionalna i lokalna obilježja i vrijednosti.

Zbog svega navedenog, osnova nove politike kvaliteta (*Quality Policy*) EU, koju preuzima i BiH, je stvaranje sistema zaštite i podizanje vrijednosti poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda.

U zemljama gdje se registracija i zaštita oznaka hrane sa ograničenog geografskog područja najuspješnije primjenjuju, postoje tri ključna, međusobno povezana elementa:

- na prvom mjestu treba da postoji formalni mehanizam vlasti za pravnu zaštitu proizvoda geografskim oznakama,
- drugo, privatni sektor mora biti dovoljno dobro organizovan kako bi se obezbijedilo da budu adekvatno zastupljeni interesi proizvođača koji će biti pod direktnim uticajem ovog sistema,
- treće, mora postojati razumna osnova definisanja geografskog porijekla, uključujući objektivno mjerljive kriterijume po kojima će se proizvod razlikovati od srodnih proizvoda sa drugog geografskog područja.

## Stanje iz oblasti kvaliteta hrane u Bosni Hercegovini

Imajući u vidu da je u Evropskoj uniji zaživjela proizvodnja prehrambenih proizvoda sa oznakama porijekla i oznakama geografskog porijekla i da su proizvodi sa tim obilježjima dobrodošli na trpeze u Evropi, postavlja se pitanje kakve su šanse da se u Bosni i Hercegovini oživi i zaštiti proizvodnja različitih prehrambenih proizvoda koji su karakteristični za pojedina područja.

Male zemlje, kao što je BiH, u bu-

dučnosti na velikom evropskom tržištu neće moći konkurisati velikim količinama prehrambenih proizvoda, već je njihova šansa upravo u proizvodnji i zaštiti prehrambenih proizvoda koja imaju poseban kvalitet, ugled ili drugo obilježje koje se pripisuje njihovom geografskom porijeklu. Značaj zaštite prehrambenih proizvoda ogleda se u mogućnosti da proizvod dobije veću cijenu i bolju poziciju na tržištu, stvara se prepoznatljivost takvog prehrambenog proizvoda na tržištu, a direktna veza proizvoda s određenim geografskim područjem daje dodatnu vrijednost i prepoznatljivost tom području te se tako štiti proizvod od zloupotrebe i kopiranja.

Na osnovu odredbi Zakona o hrani, Savjet ministara Bosne i Hercegovine, na prijedlog Agencije za bezbjednost hrane BiH (u daljem tekstu: Agencija) u saradnji s nadležnim organima entiteta i Brčko distrikta BiH, donio je Pravilnik o sistemima kvaliteta za prehrambene proizvode („Službeni glasnik BiH“, broj 90/18), koji je usklađen sa:

- Uredbom Komisije (EU) broj 1151/2012 od 21. novembra 2012. o sistemima kvaliteta za poljoprivredne i prehrambene proizvode;
- Provedbenom uredbom Komisije (EU) br. 668/2014 od 13. jula 2014. o utvrđivanju pravila za primjenu Uredbe (EU) br. 1151/2012.

Ovim pravilnikom propisuje se postupak zaštite oznaka porijekla i zaštite oznaka geografskog porijekla te postupak zaštite oznaka garantovano tradicionalnog specijaliteta na području Bosne i Hercegovine, kao i postupak za podnošenje zahtjeva za registraciju i podnošenje prigovora za oznake porijekla, oznake geografskog porijekla i oznake garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenih proizvoda



## Šematski prikaz postupka registracije

1. Grupa (Udruženje)
  2. Izrada specifikacije prehrambenog proizvoda
  3. Podnošenje zahtjeva za registraciju oznake Agenciji za bezbjednost hrane BiH
  4. Formalno ispitivanje zahtjeva
  5. Sažetak navedenog objavljuje se u „Službenom glasniku BiH“ i na web-stranici Agencije i danom objavljivanja započinje rok od dva mjeseca za ulaganje prigovora na objavljeni zahtjev
  6. Po isteku navedenog roka rješava se o eventualno pristiglim prigovorima. Ako prigovor nije uložen, rješava se o zahtjevu za registraciju
  7. U slučaju pozitivnog rješavanja zahtjeva za registraciju oznake, oznaka se upisuje u odgovarajući registar oznaka te slijedi objavljivanje registrirane oznake u „Službenom glasniku BiH“ i na web-stranici Agencije
- 8. REGISTROVANA OZNAKA NA NIVOU BIH**
9. Certifikaciono tijelo provodi utvrđivanje usaglašenosti proizvodnje, prerade i samog prehrambenog proizvoda sa specifikacijom. Ako je ista provedena uspješno, izdaje se potvrda o usaglašenosti

### POKRETANJE POSTUPKA ZAŠTITE OZNAKA NA NIVOU EVROPSKE UNIJE

#### 10. REGISTROVANA OZNAKA NA NIVOU EVROPSKE UNIJE

na nivou Evropske unije. Pravilnik je stupio na snagu 26. decembra 2018. godine.

#### Zaštićene oznake

Pravilnik o sistemima kvaliteta za prehrambene proizvode propisuje postupak za registraciju oznaka porijekla, oznaka geografskog porijekla i oznaka garantovano tradicionalnih specijaliteta prehrambenih proizvoda, sadržaj, oblik i način vođenja Registra oznaka porijekla, Registra oznaka geografskog porijekla i Registra oznaka garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenih proizvoda te sistem utvrđivanja usklađenosti.

Sistem zaštićenih oznaka porijekla i zaštićenih oznaka geografskog porijekla uspostavlja se za pružanje pomoći proizvođačima proizvoda vezanih za geografska područja sa ciljem osiguranja pravednog povrata za kvalitet njihovih proizvoda, ujednačene zaštite naziva kao prava intelektualnog vlasništva na teritoriji BiH te jasne informacije potrošačima o svojstvima proizvoda s dodatom vrijednošću.

*Geografsko područje* naziv je za područje koje mora biti razdvojeno i jasno definisano na detaljan i precizan način tako da se izbjegne svaka dvosmislenost. Oznake uvijek moraju zadovoljiti uslov povezanosti sa geografskim područjem te stvarnu materijalnu

povezanost. Kakva je i kojeg obima ta veza zavisi od same oznake koja se želi registrovati. Naime, oznaka porijekla se po intenzitetu povezanosti razlikuje od oznake geografskog porijekla.

Kod oznake porijekla su kvalitet, odnosno svojstva proizvoda uglavnom ili isključivo određena geografskim područjem. Stoga je preduslov da se proizvodnja, priprema i prerada odvija u definisanom geografskom području. Oznaka porijekla se, prema tome, može registrovati samo za proizvode koji se zaista i proizvode u navedenom geografskom području. Kod oznake geografskog porijekla zahtjeva se da određeni kvalitet, ugled ili neko drugo svojstvo proizlazi iz geografskog područja. Stoga se u ograničenom području mora odvijati samo proizvodnja i/ili prerada i/ili priprema.

Osim oznake porijekla i oznake geografskog porijekla, postoji i oznaka garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenih proizvoda. Sistem garantovano tradicionalnih specijaliteta uspostavlja se kako bi se sačuvali tradicionalni načini proizvodnje i recepti pružanjem pomoći proizvođačima tradicionalnog proizvoda prilikom stavljanja na tržište i obavještanja potrošača o svojstvima koja dodaju vrijednost njihovim tradicionalnim receptima i proizvodima.

#### Postupak registracije

Registracija je ishod privatne dobrovoljne inicijative uključenih proizvođača. Ona je otvorena i dobrovoljna. Prvi korak je da se podnese zahtjev za registraciju. Svaki proizvođač koji se nalazi u definisanom geografskom području i poštuje uslove proizvodnje propisane proizvođačkom specifikacijom proizvoda ima pravo koristiti registrovani naziv za svoj proizvod. Iz navedenog razloga princip je da zahtjeve za registraciju svojih proizvoda podnosi grupa proizvođača i/ili prerađivača tog proizvoda. *Grupa* podrazumijeva svako udruženje proizvođača i/ili prerađivača određenog prehrambenog proizvoda bez obzira na pravni status koji ta grupa ima.

Podnosioci zahtjeva mogu podnijeti zahtjev za registraciju samo za prehrambene proizvode koje oni proizvode ili prerađuju. Podnosioci zahtjeva, nakon što registruju određeni prehrambeni proizvod u Bosni i Hercegovini u skladu s Pravilnikom o sistemima kvaliteta za prehrambene proizvode, mogu podnijeti zahtjev za registraciju oznake porijekla i oznake geografskog porijekla na nivou Evropske unije.

Postupak za registraciju oznake porijekla, oznake geografskog porijekla i oznake garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenog proizvoda pokreće se zahtjevom koji se podnosi Agenciji. Postupak registracije oznaka provodi Komisija za registraciju oznaka koju osniva Savjet ministara BiH, na prijedlog Agencije, u saradnji sa nadležnim organima entiteta i Brčko distrikta BiH.

Najvažniji dokument zahtjeva za registraciju je **specifikacija proizvoda** i ona je, zapravo, ključni dio zahtjeva koji sadrži informacije o proizvodu, njegovim posebnim kvalitetima, području proizvodnje i objašnjava vezu između datog proizvoda i geografskog okruženja. Specifikacija je stoga identifikacioni dokument proizvoda koji se priprema i prezentuje tokom procesa podnošenja zahtjeva i kojim se utvrđuju detaljna pravila i uslovi za proizvodnju proizvoda koji treba da se označi kao zaštićena oznaka porijekla ili zaštićena oznaka geografskog porijekla.

Ona nije odlučujuća samo za uspjeh zahtjeva već služi i kao osnov za izradu plana kontrole po kojem se sprovodi dalja kontrola. Veoma je važno da u izradu specifikacije budu uključeni svi učesnici proizvodnog lanca radi definisanja i postavljanja uslova važnih za proizvodnju

prehrambenog proizvoda. Takođe, veoma je važno da sami proizvođači i/ili prerađivači definišu i postavljaju pravila u specifikaciji. Specifikacija mora da sadrži sve potrebne informacije koje su neophodne kako bi svaki novi proizvođač i/ili prerađivač (kada je oznaka registrovana i kada je njegova specifikacija objavljena) mogao na jednak način da proizvodi taj prehrambeni proizvod i koristi registrovanu oznaku.

### Izgled i način korišćenja zaštićenog znaka oznake

Izgled i način korišćenja zaštićenog znaka oznake porijekla, oznake geografskog porijekla i oznake garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenih

proizvoda te način izdavanja znaka propisan je Pravilnikom o izgledu i načinu korišćenja zaštićenog znaka oznake porijekla, oznake geografskog porijekla i oznake garantovano tradicionalnog specijaliteta prehrambenih proizvoda („Službeni glasnik BiH“, broj 82/19).

**Zaštićeni znak** je zaštićena oznaka kojom se vizuelno identifikuje registrovana oznaka prehrambenog proizvoda koji je proizveden i registrovan u skladu s Pravilnikom o sistemima kvaliteta za prehrambene proizvode. Označavanje proizvoda zaštićenim znakom oznake obavlja proizvođač ili prerađivač, korisnik oznake registrovanog prehrambenog proizvoda.

Svaki pojedini proizvođač ili prerađivač, korisnik oznake koji zadovoljava

uslove specifikacije proizvoda i koji posjeduje potvrdu o usaglašenosti proizvoda s proizvođačkom specifikacijom podnosi pisani zahtjev za korišćenje zaštićenog znaka tijelu za ocjenjivanje usaglašenosti ili udruženju (grupi).

Nakon što registruje određeni prehrambeni proizvod u BiH, podnosilac zahtjeva može podnijeti zahtjev za registraciju oznake na nivou Evropske unije. Ako registruje traženu oznaku za svoj proizvod na nivou Evropske unije, stiče pravo korišćenja zaštićenog znaka oznake koji je uspostavljen u Evropskoj uniji.

## ZNAK OZNAKE REGISTROVANIH PROIZVODA NA NIVOU EVROPSKE UNIJE

### ZNAK ZAŠTIĆENA OZNAKA PORIJEKLA



### ZNAK ZAŠTIĆENA OZNAKA GEOGRAFSKOG PORIJEKLA



### ZNAK GARANTOVANO TRADICIONALNI SPECIJALITET



Zaštićena oznaka porijekla



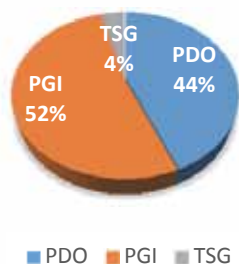
Zaštićena oznaka geografskog porijekla



Garantovano tradicionalni specijalitet



### Zastupljenost zaštićenih oznaka u EU (u %)



### Zaštićeni proizvodi na nivou EU

Na nivou Evropske unije do sada je zaštićeno 1.481 naziva poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda, od čega:

646 naziva oznakom porijekla (Protected Designation of Origin – PDO)

772 naziva oznakom geografskog porijekla (Protected Geographical Indication – PGI)

63 naziva oznakom garantovano tradicionalnog specijaliteta (Traditional Speciality Guaranteed – TSG)

### Zaštićeni proizvodi u Bosni i Hercegovini

Početkom juna 2020. godine predstavnicima udruženja koja proizvode „Livanjski izvorni sir“, „Nevesinjski krompir“ „Visočku pečenicu“ i „Livanjski sir“ dodijeljena su rješenja o registraciji oznake porijekla i geografskog porijekla. Nakon što je ispunio propisane uslove, „Livanjski izvorni sir“ zaštićen je oznakom porijekla, dok su ostala tri proizvoda zaštićena oznakom geografskog porijekla. To su prvi bosanskohercegovački proizvodi zaštićeni u skladu sa Pravilnikom o sistemima

kvaliteta za prehrambene proizvode, što omogućava proizvođačima ovih tradicionalnih proizvoda podnošenje zahtjeva i sticanje odgovarajuće oznake i na nivou Evropske unije.

### Istraživanje potencijala geografskih oznaka za prehrambene proizvode u BiH

Zbog specifičnog geografskog položaja, dostupnih prirodnih resursa i bogate tradicije, BiH se može uspješno nadmetati sa širokim asortimanom domaćih prehrambenih proizvoda i tradicionalnih specijaliteta. Na osnovu spomenutog, očekuje se da će proizvodi s određenim aspektom geografskih obilježja biti pokretači razvoja poljoprivrednog sektora u BiH.

Međutim, proizvođači mogu da nastave proizvoditi raznovrsne kvalitetne proizvode samo ako je njihov trud pravedno nagrađen. To zahtijeva da su oni u stanju da obavještavaju kupce i potrošače o značaju svojih proizvoda pod uslovima pravednog tržišnog takmičenja. Osim toga, moraju pravilno identifikovati svoje proizvode na tr-

### „Visočka pečenica“ - Zaštićena oznaka geografskog porijekla

„Visočka pečenica“ je trajni suvomesnati proizvod od najkvalitetnijih partija goveđeg mesa (but, leđa, plečka i podslabinski dio), suvo soljen isključivo kuhinjskom soli i hladno dimljen i sušen. Za proizvodnju Visočke pečenice nije dozvoljeno korišćenje prethodno zamrznutog mesa. U definisanom području (opština Visoko) moraju se vršiti iskoštavanje mesa, rezanje (oblikovanje) komada, soljenje i prosoljavanje te dimljenje i zrenje Visočke pečenice.

Cjelokupan mesoprerađivački sektor rezultat je viševijekovnog prisustva mesoprerađivačke djelatnosti na području opštine Visoko, pri čemu najznačajnije mjesto zauzima proizvodnja Visočke pečenice.



### „Nevesinjski krompir“ - Zaštićena oznaka geografskog porijekla

„Nevesinjski krompir“ su krtole krompira (lat. Solanum tuberosum L.) namijenjene za ishranu ljudi, proizvedene na poljoprivrednom zemljištu koje se nalazi unutar administrativnih granica opštine Nevesinje. U botaničkom smislu predstavljaju zadebljali vrh podzemnog stabla (stolona) koji sadrži minimalno 19 odsto suve materije. Ugled i prepoznatljivost Nevesinjskog krompira datiraju već duže vrijeme i prisutni su ne samo u regionu Hercegovine već i šire. Postojanje povoljnih klimatskih uslova za uzgoj krompira, što je prvenstveno povezano s nadmorskom visinom te specifičnim geografskim položajem teritorije opštine Nevesinje, kao i postojanje poljoprivrednog zemljišta povoljnih fizičko-hemijskih osobina, dovodi do zaključka da se krompir u Nevesinju „osjeća kao kod svoje kuće“.





## “Livanjski izvorni sir” - Zaštićena oznaka porijekla

„Livanjski izvorni sir“ je tvrdi sir proizveden iz punomasnog ovčijeg mlijeka ili mješavine ovčijeg i kravljeg mlijeka, gdje udio kravljeg mlijeka ne smije prelaziti 30 odsto. Mlijeko koje se koristi za proizvodnju Livanjskog izvornog sira potiče od ovaca izvorne pasmine pramenka (kupreški i vlašički soj) koje se uzgajaju na definisanom području. Životinje za proizvodnju mlijeka hrane se hranom proizvedenom na području proizvodnje Livanjskog izvornog sira.

Livanjski izvorni sir tradicionalno se proizvodi na području koje obuhvata Livanjsko polje, planine Krug, Cincar i dio Golije te dio Glamočkog i dio Duvanjskog polja. Navedeno područje nalazi se unutar administrativnih granica Kantona 10, a obuhvaća cijelo područje grada Livna te dio opštine Glamoč i dio opštine Tomislavgrad.

Prenos specifičnih aroma sa lokalnog bilja na Livanjski izvorni sir moguć je prvenstveno zahvaljujući umijeću uzgoja ovaca i izrade sira koje lokana porodična poljoprivredna gazdinstva od davnina usavršavaju i prenose s generacije na generaciju. Postojanost aromatskog



bogatstva, kao i mnoge druge karakteristike Livanjskog izvornog sira zavise od tradicionalnih znanja i vještina sirara povezanih sa svim fazama proizvodnje: od izbora i primarne obrade mlijeka i dodavanja sirila, do usitnjavanja i sušenja gruš, stavljanja u kalup, presovanja, soljenja i dozrijevanja.

## “Livanjski sir” - Zaštićena oznaka geografskog porijekla

„Livanjski sir“ je tvrdi punomasni sir od pasterizovanog, termiziranog ili sirovog kravljeg mlijeka, ovčijeg mlijeka ili njihovih mješavina, koji se proizvodi u definisanom geografskom području. Ukus i miris Livanjskog sira je blago slatkast, podsjeća na orahovu jezgru, zreli sir je lagano pikantan. On se proizvodi tradicionalno na porodičnim farmama od sirovog mlijeka ili u mljekarama koristeći industrijski metod, a pravi se od pasterizovanog mlijeka. Proizvodi se na opisanom geografskom području i na tom području se jedino može odvijati prirodno dozrijevanje, pri kojem nastaje kora. Geografsko područje proizvodnje Livanjskog sira obuhvata uži region od područja proizvodnje mlijeka i predstavlja tradicionalno područje proizvodnje Livanjskog sira, na kojem se on proizvodi desetljećima. Livanjski sir je istorijski vezan za ovo područje.



žištu. Na ovaj način sistemi kvaliteta mogu doprinijeti i nadopuniti politiku ruralnog razvoja, kao i politike tržišne i dohodovne podrške zajedničke poljoprivredne politike. Posebno mogu da doprinesu područjima u kojima poljoprivredni sektor ima veći privredni značaj te područjima sa otežanim privrednim uslovima.

U cilju povećavanja svijesti proizvođača o potencijalno dodatoj vrijednosti proizvoda tokom primjene zaštićenih geografskih oznaka i očekivanja da će predstavljati potencijal takvih proizvoda privući investitore, vrlo bitno je doći do popisa potencijalnih proizvoda u

BiH koji ispunjavaju uslove registracije nekom od oznaka.

Stoga je Agencija za bezbjednost hrane Bosne i Hercegovine, u saradnji sa Organizacijom za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO), pristupila aktivnostima oko izrade Studije o potencijalu geografskih oznaka za prehrambene proizvode u BiH koja uključuje procjenu trenutne situacije i uticaja zaštićenih geografskih oznaka na profitabilnost, konkurentnost i održivost poljoprivrednika u BiH.

Proizvodi sa geografskim oznakama će se identifikovati na osnovu istraživanja svih geografskih područja, za svaki

proizvod posebno. Imajući u vidu značaj problematike a poštujući mišljenje Komore, ostavljamo mogućnost da svi zainteresovani članovi, na e-mail autora ovog teksta ([brenjo@fsa.gov.ba](mailto:brenjo@fsa.gov.ba)), dostave osnovne podatke o prehrambenom proizvodu koji, po njihovom mišljenju, ima posebnost na određenom geografskom području i potencijal geografskih oznaka na profitabilnost i održivost proizvodnje u tom području. Više podataka o politici kvaliteta i zaštiti geografskih oznaka prehrambenih proizvoda možete pronaći na [www.fsa.gov.ba](http://www.fsa.gov.ba).

*Mr Dragan Brenjo*



# Digitalna transformacija Bosne i Hercegovine

## Utvrđivanje digitalnog raskoraka Bosne i Hercegovine u odnosu na rješenja u Evropskoj uniji i svijetu

Danas smo svjedoci svijeta koji je u svemu drugačiji od onog prije 20 godina. Digitalne tehnologije su sveprisutne, promovišu veću uključenost u širu ekonomiju, povećavaju efikasnost dopunjavanjem drugim proizvodnim faktorima i podstiču inovacije dramatičnim smanjenjem troškova.

Prepoznajući važnost uvođenja digitalnih tehnologija u cjelokupno bh. društvo, VTKBiH je u 2019. godini započela realizaciju Programa razvoja informacionog društva BiH, sa ciljem promocije bosanskohercegovačke privrede i podrške usklađivanju izvozno orijentisanim firmama u približavanju modernim tokovima poslovanja i rada u Evropskoj uniji i svijetu. U prvoj godini realizacije Programa, VTKBiH je organizirala ili učestvovala na nizu događaja (edukacija, konferencija, sajмова, stručnih skupova...) i prezentirala Program. U okviru Programa, čije je aktivnosti u 2019. godini podržao BH TELECOM, Komora je pripremila ediciju „Digitalna transformacija Bosne i Hercegovine“, koju čine 13 studija o određenim oblastima.

Kroz studije, u ediciji razmatramo literaturu o odgovarajućim tehnološkim uticajima kako u EU tako i u svijetu, sa posebnim osvrtom na BiH, predlažemo koncepte, prepoznajemo potrebne korake i aktere, pojmove i procese za prevazilaženje digitalnog raskoraka. Ovo je značajan pomak kojim se otvaraju mogućnosti svim privrednim segmentima da baštine dostignuća digitalnih tehnologija. Na kraju, predstavljamo nacrt plana koji nadležne institucije trebaju da prihvate ili uz svoje istraživanje dorade i sprovedu.

**Mi smo već postali dio digitalnog svijeta, vrijeme je da počnemo koristiti blagodati tog novog vrlog doba.**

Edicija „Digitalna transformacija Bosne i Hercegovine“ sastoji se od 13 pojedinačnih studija/separata koje pokrivaju sve bitne sfere društvenog života.

Narudžba edicije ili pojedinačnih studija vrši se pozivom na broj 033 566-165 ili na e-mail [nijaza.avdic@komorabih.ba](mailto:nijaza.avdic@komorabih.ba)

Komplet edicija (13 studija)

350 KM

Studija/separat po Vašem izboru

30 KM

U cijeni su uračunati PDV i troškovi dostave.

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

# Akreditacija: doprinosi unapređenju sigurnosti hrane

Institut za akreditiranje Bosne i Hercegovine (BATA) i Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine (VTKBiH) su u prostorijama Komore 9. juna organizirali konferenciju za novinare povodom Svjetskog dana akreditacije i tom prilikom ukazali na značaj akreditacije i ovogodišnje teme „Akreditacija: doprinosi unapređenju sigurnosti hrane“.

**N**a konferenciji je istaknuto da je ovogodišnja tema posebno značajna jer je akreditacija izuzetno važna u cijelom lancu opskrbe hranom, od poljoprivrednog gazdinstva do tanjura, počevši od proizvodnje, prerade i pakiranja hrane, preko skladištenja i transporta pa do maloprodaje i ugostiteljstva, doprinoseći pri tome stvaranju povjerenja u opskrbne lance.

Direktorica Sektora privrede VTKBiH Ognjenka Lalović je kazala da je sigurna hrana ključna za prehrambenu sigurnost, ljudski razvoj i uopće ekonomiju te međunarodnu trgovinu.

„Prema podacima Svjetske trgovinske organizacije, svjetska trgovina prehrambenim proizvodima se utrostručila u protekle dvije decenije. Zemlje u razvoju uzimaju sve veće učešće u globalnoj trgovini hranom i kao izvoznici i kao uvoznici. Istovremeno, globalni poljoprivredni lanci vrijednosti se usložnjavaju. Standardi i akreditacija su navedeni i u Sporazumu u djelu tehničkih prepreka WTO-a i igraju značajnu ulogu u međunarodnoj trgovini. Pravilnom primjenom standarda i akreditiranog ocjenjivanja usaglašenosti omogućava se rješavanje svih eventualnih prepreka u međunarodnoj trgovini“, kazala je Lalović i podsjetila da akreditacija ima ulogu u cijelom lancu snabdijevanja hranom, „od polja do stola“.

„U današnje vrijeme proizvođači hrane na prvo mjesto stavljaju sigurnost potrošača, u smislu obezbjeđenja zdravstveno ispravne, sigurne hrane za upotrebu. Zdravstvenu sigurnost hrane kompanije mogu osigurati kroz uvođenje standarda i sistema sigurnosti hrane poput HCCP-a, GLOBAL GAP-a.

Za razliku od prethodnih godina, u BiH imamo sve veći broj akreditiranih laboratorija i inspeksijskih tijela za ispitivanje hrane, što značajno doprinosi kvalitetu sigurnosti hrane na domaćem tržištu, a posebno olakšava izvoz iste na strana tržišta“, istaknula je Lalović.

Direktor Instituta za akreditiranje BiH Željko Medak je, između ostalog, kazao da akreditacija ima potpuno jasan cilj: poduzećima, krajnjim korisnicima i donositeljima odluka pružiti garanciju da tijela za ocjenjivanje sukladnosti (TOU), kao što su certifikacijska ili inspeksijska tijela, ispitni, kalibracioni ili medicinski laboratoriji, posjeduju odgovarajuću tehničku kompetentnost i neovisnost u radu.

„Akreditacijska tijela ocjenjuju niz različitih ključnih funkcija tijela za ocjenu usklađenosti (TOU) i to prema normama koje je izradila svjetska zajednica putem Organizacije za normizaciju (ISO) i Međunarodne elektrotehničke komisije (IEC). Prehrambenom sektoru ISO nudi preko 1.600 normi koji rade na poboljšanju poljoprivrednih metoda i distribuciji proizvoda kao i promoviranju održive proizvodnje, istovremeno poboljšavajući sigurnost hrane i kvaliteta ishrane. Pored toga, inspeksijska tijela, tijela za certifikaciju i laboratoriji koji su akreditirani prema ovim normama i njihov rad spram ovih normi direktno doprinosi postizanju Cilja 2 održivog razvoja Ujedinjenih naroda, koji ima zadatak da do 2030. godine „okonča glad, osigura bezbjednost hrane i bolju ishranu te promovira održivu poljoprivredu“. Bitno je naglasiti da je proces akreditiranja koje provodi Institut za akreditiranje Bosne i Hercegovine u suglasju s ovim međuna-

rodnim normama i da su inspeksijska tijela, tijela za certifikaciju i akreditirani laboratoriji prošli neovisnu provjeru kojom je potvrđena njihova sposobnost da kompetentno i nepristrano pružaju usluge inspekcije, certifikacije i ispitivanja u svim segmentima lokalnih, nacionalnih i međunarodnih prehrambenih lanaca“, kazao je direktor Medak.

Član Odbora Asocijacije akreditiranih tijela za ocjenjivanje usklađenosti, certifikaciju i verifikaciju pri VTKBiH i pomoćnik direktora za laboratoriju u Federalnom zavodu za poljoprivredu Esad Brković predstavio je djelokrug Federalnog zavoda za poljoprivredu i ukazao na značaj BATA-e i akreditacije.

„Federalni zavod za poljoprivredu je proširio svoje kapacitete i dodatno akreditirao značajan broj metoda ispitivanja kontrole kvaliteta uzoraka hrane i poljoprivrednih proizvoda usklađenih s najvišim standardima BiH i Evropske unije, a u ovoj godini smo akreditirani i za certificiranje proizvoda. Zavod je u 2019. godini analizirao oko 12.000 a u pet mjeseci 2020. godine oko 3.800 uzoraka“, kazao je Brković.

U narednom periodu, kako je kazao, potrebno je inspeksijski nadzor logistike hrane svih nivoa vlasti podići na viši nivo preko službenih uzoraka, odnosno da uzorak bude ispravno uzet i dostavljen.

U Bosni i Hercegovini s 1. 6. 2020. godine ima ukupno 135 akreditiranih tijela, od kojih su 75 ispitne laboratorije, 2 medicinske laboratorije, 8 umjernih/kalibracionih laboratorija, 46 inspeksijskih tijela i 4 certifikacijska tijela. Dvadeset i osam (28), od 135 akreditiranih tijela, je u svrhu unapređenja sigurnosti hrane.

# Akreditacija:

## Doprinosi unapređenju sigurnosti hrane

### Kontekst

Pristup sigurnoj i nutritivnoj hrani ključni je element u održavanju zdravlja i dobrostanja potrošača širom svijeta. Izraz sigurnost hrane podrazumijeva sve prakse koje se primjenjuju kako bi se garantirala sigurnost hrane koju jedemo. Sigurnost hrane zavisi od svih aktera u snabdijevanju hranom, od poljoprivrednika i proizvođača do maloprodaje i organizacija koje se bave pripremom i dostavom hrane.

Proizvodnja hrane i vode sve više dobija međunarodni aspekt pošto se sirovine, proizvodi ili dijelovi proizvoda potencijalno nabavljaju iz različitih zemalja širom svijeta te zahtijevaju sve više dokaza o ispunjavanju zahtjeva zemalja u koje se uvoze. Proizvođači hrane su također pod pritiskom donosilaca odluka da smanje rasipanje hrane i efikasno koriste prirodne resurse kao što je voda. Proizvođači hrane mogu koristiti usluge inspeksijskih tijela, certifikacionih tijela i tijela za validaciju/verifikaciju kako bi pratili i dokazali ispunjavanje regulatornih zahtjeva.

Standardi i akreditacija se pominju u Sporazumu STO o tehničkim preprekama u trgovini i igraju značajnu ulogu u omogućavanju trgovine. Prema STO, u 30% trgovinskih pitanja o kojima se raspravlja pominje se ISO, u 12% IEC, a u 10% ILAC, pa je tako pravilnom primjenom standarda i akreditiranog ocjenjivanja usklađenosti ta pitanja moguće riješiti na način koji odgovara i industrijaliziranim zemljama i zemljama u razvoju.

U **Zajedničkoj izjavi Organizacije za hranu i poljoprivredu Ujedinjenih nacija (FAO), Svjetske zdravstvene organizacije (SZO) i Svjetske trgovinske organizacije (STO)** iz aprila 2019. godine navedeno je:

*„Bolesti koje se prenose hranom značajno utiču na javno zdravlje, sigurnost hrane, produktivnost i siromaštvo. Svake godine, gotovo **600 miliona ljudi se razboli, a 420.000 prerano umre zbog bolesti koje se prenose hranom, dok se 30% smrti usljed bolesti koje se prenose hranom bilježi kod djece mlađe od pet godina.**“*

**Akreditirane aktivnosti ocjenjivanja usklađenosti doprinose sprečavanju i ublažavanju negativnih uticaja neispravne i patvorene hrane.**



Prema procjenama SZO, u svijetu svake godine bude izgubljeno **33 miliona godina zdravog života** usljed konzumiranja neispravne hrane.

### Uloga akreditacije

Važno je da tržište ima garanciju da tijela za ocjenjivanje sukladnosti rade sukladno prihvatljivim normama i to je upravo uloga akreditacije. Kroz postupak akreditacije se, u javnom interesu, utvrđuje tehnička kompetentnost i integritet ovih organizacija.

Kroz ocjenjivanje sukladnosti se dokazuje da ono što se isporučuje zaista ispunjava navedene ili tražene zahtjeve. Ocjenjivanje sukladnosti se može primijeniti na proizvode, usluge, procese, sustave, tijela ili osobe i ono podrazumijeva aktivnosti kao što su ispitivanje, inspekcija i certifikacija.

### Podrška sigurnosti prehrambenog lanca u Evropi

Europska uredba (EZ) br. 2017/625 oslanja se na akreditaciju u cilju osiguravanja sigurnosti hrane u Evropi. Sukladno ovoj uredbi svi rezultati analiza laboratorija koje vrše zvaničnu kontrolu moraju biti akreditirani prema ISO/IEC 17025. To također važi za cijeli prehrambeni lanac, uz posebna pravila postupanja u slučaju prijevara, uključujući obvezu država članica da vrše redovne, nenajavljene provjere u cilju osiguravanja integriteta i autentičnosti u cijelom prehrambenom lancu. Zahtjevi koji se odnose na akreditirane laboratorije definirani su u članu 37 u kojem se od laboratorija zahtijeva da uključe sve metode analize neophodne za provođenje kontrola, a koje zahtijevaju na primjer subjekti.

<sup>1</sup> Joint Statement by FAO, WHO and WTO-International Forum on Food Safety and Trade (23-24 April 2019, Geneva.)





AT potpisnici ILAC MRA AT potpisnici IAF MLA

102

72



GFSI šeme

certificirane lokacije

80.000

ISO

ISO standardi

u području hrane

1.600



ISO 22000

Certifikacije

32.000



Priznate regije

5

Inspeksijska tijela

10.500

Laboratorije

76.500

Certifikaciona tijela

8.400

Ispitivanje osposobljenosti

400



## Ispitivanje i kalibracija

Laboratoriji za ispitivanje hrane se akreditiraju za provođenje čitavog niza kemijskih i mikrobioloških ispitivanja. Ta ispitivanja također obuhvataju aspekte kao što su ispitivanja ambalaže i utjecaja okoline, senzorna analiza, zdravlje bilja i veterinarska mikrobiologija.



## Certifikacija

Certifikacijska tijela se akreditiraju za provođenje provjera lokacija na kojima se rukuje hranom i hranom za životinje u cijelom lancu opskrbe, od poljoprivrednih gazdinstava preko proizvodnje do restorana i maloprodaje. Akreditacije koje dodjeljuju članovi IAF-a uključuju niz državnih i međunarodnih šema sigurnosti hrane kao što su FSSC 22000, GLOBALG.A.P Integrirana poljoprivredna proizvodnja (IFA), Međunarodne norme za prehrambenu industriju (IFS), APEDA i ISO 22000. Samo tri šeme su prošle IAF-ov rigorozni postupak odobravanja: ISO 22000 (FSMS), GLOBALGAP IFA i FAMI-QS.



## Inspekcija

Inspeksijska tijela se akreditiraju za provođenje aktivnosti u prehrambenoj industriji kao što su inspekcija prije transporta, inspekcija zdravlja bilja, inspekcija mesa i klaonica.



## Ispitivanja osposobljenosti

Organizatori ispitivanja osposobljenosti (PTP) se akreditiraju za uspostavljanje i provođenje programa ispitivanja osposobljenosti sukladno normi ISO/IEC 17043. Ispitivanje osposobljenosti je alat koji se dosta koristi u preradi i proizvodnji hrane kako bi se osiguralo da su prehrambeni proizvodi sigurni za ljudsku upotrebu.

## Šeme sigurnosti hrane

**Globalna inicijativa za sigurnost hrane (Global Food Safety Initiative – GFSI)** unaprjeđuje sigurnost hrane i efikasnost poduzeća osiguravajući međusobno prihvatanje programa certifikacije priznatih od strane GFSI u cijeloj industriji omogućavajući tako jedan pojednostavljeni pristup „jednom certificirano, priznato svugdje“. Time se smanjuje neefikasnost usljed dupliranja provjera te doprinosi smanjivanju prepreka u trgovini. GFSI-jev proces vrjednovanja je trenutno najšire priznat u prehrambenoj industriji u cijelom svijetu.

## Šeme sigurnosti hrane za životinje

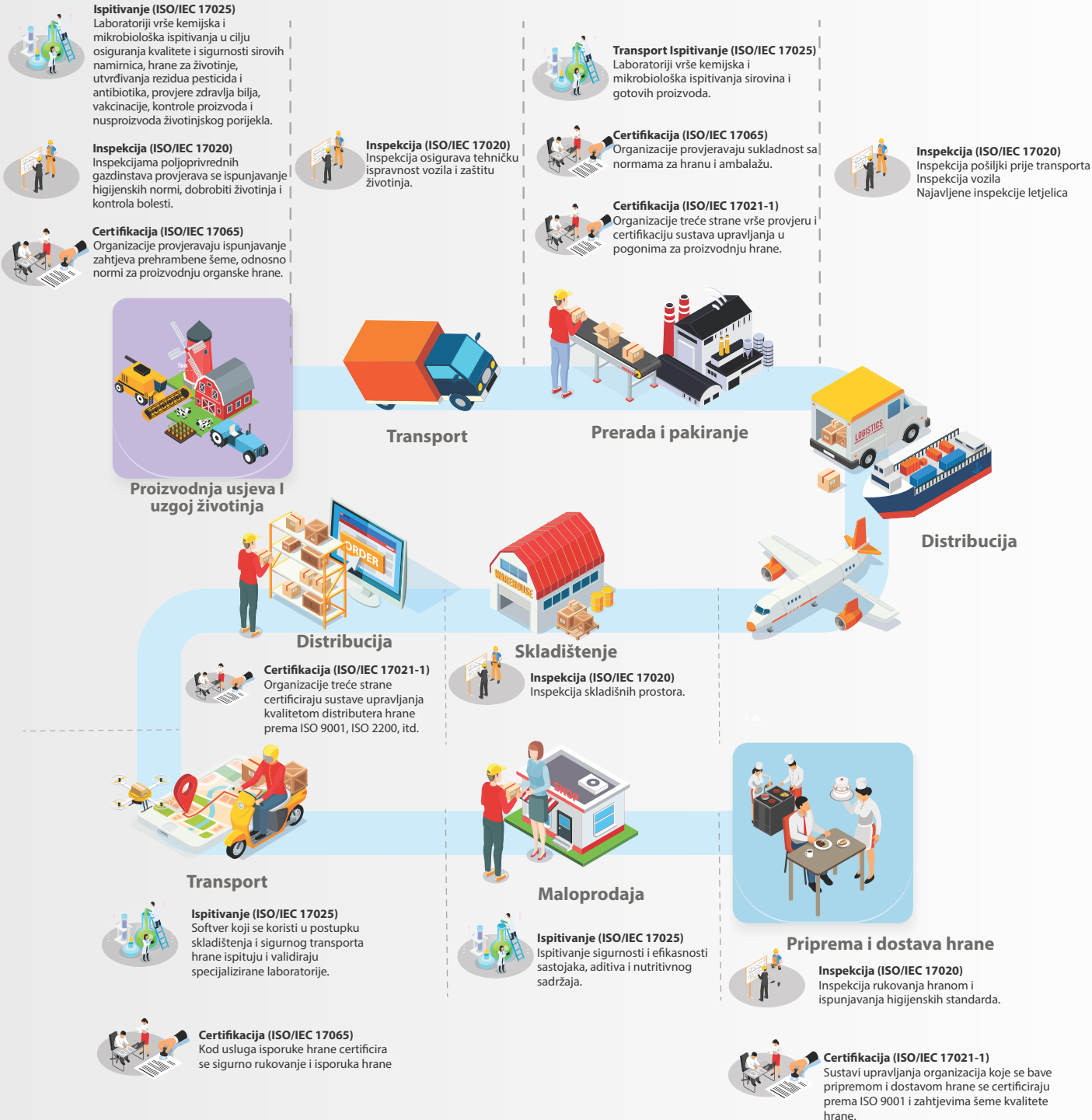
**FAMI-QS** je namijenjena organizacijama koje proizvode aditive za hranu za životinje i/ili snabdijevaju industriju hrane za životinje pojedinačnim komponentama. Osmišljena je tako da garantira sigurnost i dobre higijenske uslove u cijelom lancu proizvodnje hrane, uključujući sve dijelove procesa. Ocjenjivanje proizvođačima komponenti za hranu za životinje i dobavljačima iz zemalja u razvoju omogućava da dokažu sigurnost svojih procesa i ispunjavanje zahtjeva FAMI-QS.

## Akreditacija doprinosi sigurnosti hrane u Kini

Uvođenje certifikacije HACCP sustava upravljanja koje je Uprava za certifikaciju i akreditaciju Narodne Republike Kine (CNCA) objavila 2002. godine u svom saopštenju br. 3 u čijem se članku 9 propisuje da organizacije koje provode certifikaciju HACCP sustava upravljanja moraju biti odobrene od strane CNCA i akreditirane od strane CNSA. Do kraja 2019. godine Kina je izdala 120.000 certifikata u prehrambenom sektoru, uključujući desetine hiljada prehrambenih poduzeća, od čega je 11.000 poduzeća za proizvodnju hrane certificirano za HACCP sustave upravljanja.



# Akreditacija u lancu snabdijevanja hranom



Proizvodnja hrane podrazumijeva složene lance opskrbe i procese koji zahtijevaju različite vrste akreditiranih aktivnosti ocjenjivanja sukladnosti. U većem broju šema za hranu neophodna je certifikacija proizvodnje usjeva, hrane za životinje i praksi koje se odnose na angažiranje radne snage, žetvu i klanje. Industrija i donositelji odluka zahtijevaju inspekciju i ispitivanje uzoraka za druge aktivnosti kao što su skladištenje, obrada te pakiranje i distribucija. Kada je riječ o čuvanju i izlaganju proizvoda u maloprodajnim objektima, također se koriste aktivnosti certifikacije usluga, procesa i sustava upravljanja prodajnih objekata.

# AntiCOVID prodajni koraci – analiza i perspektiva prodaje

...COVID, pa još i broj iza!  
Odjednom dođe i istoimena  
KRIZA.

Kažu: zatvaraj se!

Kažu: ne diraj se!

Kažu: plaši se i ti...

...jer jedino se tako možeš  
spasiti!

Kroz tišinu gledam ulice puste,  
Strah još jedino njima vozi,  
Redovi zombija ispred shopova,  
Koji im još nešto nade nude.

Ali, kažu: proći će!

Još malo izdrži,

sve će po starom biti,

i uskoro ćemo se ponovo

(virtuelno) ljubiti...

i slaviti život i slobodu –  
najveće vrline u ljudskom rodu!

A šta će se prodavati –  
to pokušaj shvatiti...

*Dragi moji,*

„A šta će se prodavati – to pokušaj shvatiti“ kraj je uvodne pjesme i ujedno tema o kojoj želim pisati u ovom broju. Aktualnost je jasna – odjednom više ništa nije isto i nema potrebe opisivati kako nam je! Svi smo zabrinuti i usmjeravamo pogled ka (neizvjesnoj) budućnosti pokušavajući da je shvatimo, a istovremeno sretni što smo živi i zdravi, dok svaki dan javljaju koliko naših zemljaka nije bilo te sreće...

I šta kada koma od korone prestane? Kako dalje? Smanjeni prihodi trebali bi logično ići ka smanjenju rashoda, otpuštanjima, naplati dugovanja... No, kako brzo i efikasno prilagoditi prodaju i napraviti je „Prodajom sa socijalne distancije“? Proučimo nekoliko trendova:

## Zidovi od stakla

Za vrijeme krize gledamo organizacije oko nas. Čitamo o onim bitnim, npr. da li će Violeta smanjiti/prekinuti proizvodnju, da li će neki od proizvodnih pogona početi da proizvodi respiratore, koliko je industrija tekstila počelo da proizvodi zaštitne maske... . Kroz postupke ili korona (ne)aktivnost preduzeća, vlada, dobrotvornih organizacija i drugih mi kreiramo nove poglede o njima. Tako je uvijek bilo, ali sada nas je mnogo više izloženo „izolacijskim izvorima informacija.“ Znači, u 2020. pojavljuje se „korona odnos“ između ljudi i organizacija i isti prolazi kroz dalekosežne promjene. Koliko je koji fudbaler donirao novca za borbu protiv virusa, šta će uraditi vlada a šta (bogate) kompanije... Počeli smo jedni drugima gledati u tanjire u svom strahu, pri tome zaboravljajući kulturu, odgoj i etiku i praveći novi efekat koji se jednostavno zove staklena kutija.

Povezani svijet je transparentniji svijet. Ovu godinu itekako živimo unutar te istine. Ali, tek smo na početku razumijevanja toga kako će transparentnost preuređivati sisteme i organizacije koji oblikuju naš život. Organizacije su nekada bile „crne kutije“ u čiju unutrašnjost uglavnom niko nije imao uvid. Marka/brand je bilo ono što se nalazi unutar kutije, a naslikano je na njenim vanjskim zidovima. Kupci dođu pred policu i vide brand...Ili su ga voljeli, ili nisu. I to je bilo to.

No, danas organizacije postaju staklene kutije. Svi mogu vidjeti unutra. Svi mogu vidjeti ljude, procese i vrijednosti u radu. Drugim riječima, oni mogu vidjeti *unutrašnju kulturu* organizacije. Kada ljudi vide kulturu, osjetit će nešto i postati dio skupa kognitivnih i emocionalnih asocijacija koje vezuju za tu organizaciju. I tu će biti dio - možda najvažnijeg koncepta -

marke/branda firme. Zato nam, a pogotovo danas, i daju (PR) članke: kompanija u krizi donirala toliko respiratora, novaca, maski itd. Slike donacija zatrjavaju portale...Sve u želji da zavirimo kroz njihovo staklo unutra i doživimo emotivnu vezu sa brandom...a emocije su skupa roba. *Interna kultura sada je dio branda koji je okrenut javnosti*, a to je bitan pomak u odnosu na ranije, ali koji donosi i bitnu implikaciju, npr. sudavnosti i novu radikalnu transparentnost. Kao nikada do sada, moći ćemo vidjeti, raspravljati i oblikovati zaključke o ponašanju organizacija i institucija oko nas. I presudno je da ćemo moći razaznati jaz između onog što neke organizacije kažu i onog što rade (o politici da i ne govorimo), uključujući ono što rade u svoja četiri zida, a u odnosu na vlastito okruženje. U Americi se nedavno čak pokrenula i web platforma „Jesu li pomogli?“, koja je nedavno predstavljena kao web inovacija mjeseca i bilježi ponašanje firmi i slavni osoba tokom pandemije i rangira ih na listi sa najboljim rezultatima u smislu njihovih donacija. Trebate samo u pretraživaču ukucati ime osobe ili firme. Slične stvari su bile i prije pandemije, ali sada se čini da će kriza ubrzati naše kretanje prema svijetu staklene kutije. Postali smo još otvoreniji! Još više pažnje obraćamo na tenderske procedure i to ko je dobio posao, koja firma je dobila mogućnost za uvoz respiratora, traži se uključenje međunarodnih supervizora u utrošak sredstava od novih kredita itd. Svi sada ispred sebe imaju dvostruki izazov postavljen radikalnom transparentnošću i koronavirusom.

## Rad od kuće

Pandemija je rezultirala najvećim eksperimentom ikad provedenim u ljudskoj istoriji koji se zove „rad od kuće“. U online konceptu već vidimo efekat. Dobra online uvezanost znači spas -



neugodno nam je kada ne uspijemo „pohvatati” ključne poruke sastanka jer nam je konekcija bila loša. Za ZOOM sada svi znamo a donedavno smo mislili da je to samo neka online ili fitness igra. Također, online pristupamo i znatno većem broju obrazovnih resursa radi edukacije naše djece. Mi smo im škola, a uz osmijeh im, naravno, moramo oprostiti i to što nam često ometaju online „poslovni eksperiment.” Pronalazimo odlične i nekonvencionalne online načine za povezivanje sa radnim kolegama, prijateljima i porodicom. Definitivno, ovi pomoci će trajati znatno duže od trenutne epidemije.

No, i rad od kuće krije svoje zamke! A i rizik je značajan. Linije između posla i neradnog dana zamagljuju se na nove i neobične načine, a mnogi zaposlenici koji prvi put rade na daljinu sigurno će se boriti za očuvanje zdravih granica između profesionalnog i privatnog života! Kako bi pokazali svoju odanost, predanost i produktivnost, osjećat će da moraju stalno raditi. Poslijepodnevno vrijeme će se spojiti sa večeri, radni dani će se miješati sa vikendima i ostajat će malo slobodnog vremena. A oko nas se vrzma i vesela graja i školska raja... Neki će zaista i postati produktivniji i realno je da će se od nekih zaposlenika tražiti da nakon krize nastave sa radom na daljinu.

Mnoga istraživanja sugeriraju da je tu presudna „jasna crta” između našeg profesionalnog i privatnog života! Ali to je teško, čak i u najboljim okolnostima i našoj želji za jasnim povlačenjem granice. To je i zato što je ekonomija znanja radikalno transformisala ono što znači biti „dobar radnik”. I prije krize se dešavalo da nas većina kada vidi kasni poslovni e-mail uveliko nakon radnog vremena ipak želi reagovati odmah, čak

i kad takvi e-mailovi nisu hitni! Zvuči vam poznato!?

COVID-19 bi mogao pojačati ove pritiske. Čak i osobama koje imaju prirodne sklonosti da razdvajaju svoj posao i privatni život trenutne okolnosti ne idu na ruku. Školska godina je gotova, škole su zatvorene, što dodatno opterećuje roditelje koji rade. Bez obzira na firme koje će nakon krize kod nas poticati zaposlene da rade od kuće, isti će sigurno imati velikih problema sa mnogim izazovima rada od kuće u prisustvu ostalih članova svoje porodice. Pitanje danas je kako možemo „ostaviti svoj posao na vratima doma” ako više ne izlazimo kroz ta vrata?

### Infarkt „open spacea”

Open space koncept je definitivno doživio teški srčani udar i teško da će ga preživjeti jer, ako ništa drugo, firme rizikuju tužbu u slučaju prenošenja virusa zaposleniku zbog „blizine rada” sa zaraženom osobom. Osim toga, uštede na manje potrebnom radnom prostoru nisu zanemarive, a koncept Fordove „pokretne trake” i ljudima zbijene linije proizvodnje će ubuduće nositi znatne rashode usmjerene ka socijalnoj distanci i sigurnosti. Definitivno će dio zaposlenika trajno ostati u navedenom kućnom poslovnom officeu i kada epidemija prođe. Počivaj u miru open space.

### Edukacija (ostaje) online

Promjena koju trenutno primjećujemo u obrazovanju nije nešto što bi se na jesen moglo vratiti u normalu. Iako će nastavnici uvijek biti sastavni dio obrazovnog procesa, trebat će kontinuirane fleksibilnosti i okretnosti kada je riječ

o stvarima poput učenja, testiranja i ocjenjivanja. Sigurno je da ćemo vidjeti porast informatičkog okruženja koji uključuje učenje u fizičkoj učionici, ali i na „mreži.” U zadnjem kvartalu školske godine vidjeli smo da se nastavnici oslanjaju na Office i ZOOM kako bi predavali i komunicirali sa učenicima. Naravno da učionica istinski nikada ne može biti zamijenjena i istina je da to nikada ne bi trebalo ni mijenjati. Ustvari, nijedan alat ili platforma za online učenje ne može i ne smije preslikavati učionicu. No, da li isto možemo reći i za prodaju? Tu bi online edukacije mogle uzeti većinske dionice u korporaciji zvanj poslovno učenje! Pogotovo u našoj regiji koja nije geografski velika, ali zbog loše putne infrastrukture izgleda vrlo nemoćno pa nam tehnologija tu znatno pomaže! Ništa ne podstiče inovaciju poput ljudi koji imaju probleme. Znači, definitivno i kod nas - vidjet ćemo porast tehnologije koju grade poduzetnici koji žele stvoriti potpuno nova iskustva prilagođena obrazovanju na daljinu i poslovnim edukacijama.

### Prodaja ovisna o posjetiocima i publici

Dolazak virusa ne znači kraj restorana, kina i kafića - oni su od vitalnog značaja za naše zajednice i našu ekonomiju - ali će se promijeniti način njihovog poslovanja. Ova kriza primorat će koncepte koji su se tradicionalno oslanjali na promet ljudi kao glavni izvor zarade da razviju alternativne potencijalne načine rada kako bi se, nažalost, mogli spremati za novi virus. Trenutno „otopljanje” može biti kratkog daha i koncept zasnovan na okupljanju ljudi u svom razvoju mora imati plan za novi „lockdown”... Naprimjer, mnogi se restorani mogu trajno povezati sa online narudžbama i dostavom, kina razvijati u pravcu većeg i sigurnog razmaka među ljudima (vidimo da su neki veći i pokrenuli autokina) itd.

Shodno navedenom, naša prodaja dolazi do novih izazova u ovim „filmskim” vremenima, a naredni **antikorona prodajni koraci** bi trebali biti:

#### 1. analiza postojećeg stanja:

- **iskreno** razgovarati sam sa sobom, nakon toga i sa ostalim bitnim ljudima u svom privatnom i prodajnom životu sa ciljem detaljne analize postojećeg stanja

#### 2. donošenje seta novih antiCOVID prodajnih koraka:

- uključenim raspoloživim sredstvima (mobilni telefon, e-mail, video pozivi) konstantno kontaktirati SVE bitne partnere mikro i makro poslovne zajednice

- dogovoriti aktivnosti, a ako istih trenutno ne može biti, planirati smanjenje operativnih troškova

### 3. biti spreman na promjene:

- mnogo stvari neće biti isto nakon što epidemija prođe, a već treba biti spreman za novi fokus usmjeren na:

a) **online prodaju** - da li postoji (SAVREMEN) web-shop vaših proizvoda, ako ne – ZAŠTO

b) **news lettere** koji se ponovo vraćaju u igru pa treba pronaći način da svi vaši kupci budu informisani o aktivnostima, ali tako da ste suptilni u komunikaciji, da u nekoliko rečenica objasnite šta želite, sa obavezno naznačenim rokom do kada treba ostvariti kupnju proizvoda ili usluga

c) **digitalna rješenja** - već postoje firme i u našoj regiji koje koriste savremena softverska rješenja, recimo za online praćenje stanja svoje robe kod kupca (tzv. B2B softveri). Kupac u svom

Emir Ganibegović

Rođen 1973. godine u Gradačcu, BiH. Po zanimanju dipl. ecc. Poslovnu karijeru gradio je na poslovima prodajnog savjetnika za korporacijske brandove: Kraft Jacobs Suchard, Varta, General Electric. Kroz razvoj karijere obavljao je funkcije National Sales Managera za Hugo Boss, Max Factor, Gucci, Procter&Gamble te kompaniju MARS za područje BiH, Sjeverne Makedonije i Albanije. Od 2017. u vlastitoj firmi aktivno zastupa domaće brandove i pomaže im u proboju na inostrana tržišta te kroz prodajni konsalting obučava prodajno osoblje za uspješan plasman roba i usluga na tržištima široke potrošnje. Specijalnost su mu prodajne edukacije firmi na jednodnevnim i višednevnim kursovima. Živi i radi u Sarajevu.



objektu (samo) treba imati POS kasu preko koje kuca izlaz artikala i izdaje fiskalne račune. Zašto i vi *odmah* na biste početi sa implementacijom ovih rješenja?

d) **merchandising** koji dobija svoju još bitniju ulogu u procesu prodaje, premda je bio vrlo bitan korak prodaje i prije krize. *Znači, uz masku i rukavice – praviti savršene police*

e) **nove proizvode u vlastitom asortimanu** – znamo šta se traži u krizi, zašto ne pokušati uskočiti u voz zvani

novi asortimani, a koji je već odavno krenuo sa perona potražnje?

f) **edukacije i učenje, učenje, učenje...** - trend webinar, online edukacija, internih web treninga predstavlja alat koji, ako već niste, **hitno** trebate uvesti u svoj budući rad

Držite mi se i ostajte zdravo!

Srdačno Vaš,

Emir

## Postanite KO-KREATOR na EPALE zajednici

Postanite član i budite dio najveće EVROPSKE zajednice za obrazovanje odraslih! REGISTRUJTE SE!  
[ec.europa.eu/epale/register](http://ec.europa.eu/epale/register)

Postanite član i budite dio najveće EVROPSKE zajednice za obrazovanje odraslih! REGISTRUJTE SE!  
[ec.europa.eu/epale/register](http://ec.europa.eu/epale/register)

Postanite član i budite dio najveće EUROPSKE zajednice za obrazovanje odraslih! REGISTRIRAJTE SE!  
[ec.europa.eu/epale/register](http://ec.europa.eu/epale/register)

AGENCIJA ZA PREDŠKOLSKO, OSNOVNO I SREDNJE OBRAZOVANJE

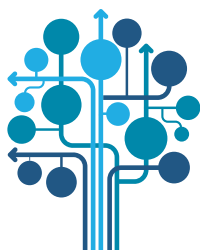
Stepe Stepanovića, 183 a  
78 000 Banja Luka  
tel:+387 51 430 710  
fax:+387 51 430 711

Kneza Domagoja bb  
88 000 Mostar  
Bosna i Hercegovina  
email: [info@aposo.gov.ba](mailto:info@aposo.gov.ba)  
tel:+387 36 329 908  
fax:+387 36 329 908  
+387 36 332 093

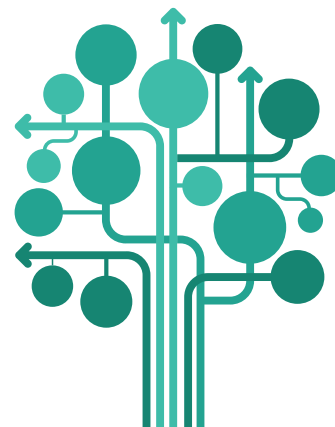
[www.aposo.gov.ba](http://www.aposo.gov.ba)

[www.facebook.com/EPALE.ba](https://www.facebook.com/EPALE.ba)

Sufinancirano sredstvima programa Evropske unije Erasmus+



[ec.europa.eu/epale](http://ec.europa.eu/epale)



# EPAL

Bosna i Hercegovina

Elektronska platforma za obrazovanje odraslih u Evropi

[ec.europa.eu/epale](http://ec.europa.eu/epale)

AGENCIJA ZA PREDŠKOLSKO, OSNOVNO I SREDNJE OBRAZOVANJE

Sufinancirano sredstvima programa Evropske unije Erasmus+





# Blockchain tehnologija

Genijalnost blockchain protokola kao softverske osnove virtuelne kriptovalute bitcoin je ključni element koji je omogućio provođenje transakcija na decentralizovani način. Vremenom je modifikacijama postao blockchain tehnologija. Činjenica je da svi servisi i usluge povezani sa transakcijama, razmjenom i ažuriranjem podataka čine osnovni mehanizam poslovanja i funkcionisanja ljudskog društva danas. Međutim, najznačajniji problem u vezi sa transakcijama je pitanje povjerenja koje se rješavalo posredovanjem treće strane. Najjednostavniji primjer rješavanja problema povjerenja su banke kao treća strana u posredovanju transakcija. Nadzor nad bankama vrši država kroz svoje sisteme nadzora dodajući dodatni značaj faktoru povjerenja. Međutim, osim što ovaj model centralizovanog posredovanja generiše značajne troškove koji utiču na visinu transakcijskih naknada, tu je i značajan rizik gubitka povjerenja zbog različ-

tih faktora. Blockchain tehnologija je dala mogućnost promjene modela sa centralizovanog na decentralizovani model izvršavanja transakcija uz obezbjeđivanje neophodnih funkcionalnih karakteristika. Peer-to-peer (P2P)<sup>1</sup> model mrežnog operativnog sistema je poslužio kao osnova za ovu tehnologiju koja nudi potencijale za rješenja mnogih društvenih i ekonomskih tokova na jedan efikasniji, jednostavniji i transparentniji način.

## Uvod

U članku objavljenom 31. 10. 2008. godine je autor (ili autori) pod pseudonimom Satoshi Nakamoto (jer se ni danas ne zna ko se krije pod pseudonimom) predstavio osnovni koncept blockchain tehnologije kao distribuirane knjige koja se ažurira u međusobno povezanim blokovima koji se na specifičan način povežu, označe vremenskim pečatom i zaključaju, čime je neporocljivost zapisa apsolutna.

Razlozi zbog kojih je blockchain tehnologija specifična i nudi fascinantne mogućnosti su:

– *rješenje problema dvostrukog trošenja kroz konsenzus u mreži bez posredovanja treće strane:* Razvoj nauke i tehnologije, a posebno pojava interneta omogućila je unapređenja u mnogim oblastima. Tako su nastali e-vlada, e-trgovina, e-bankarstvo, e-usluge i sl. Bilo je pokušaja i da se kreira e-novac, ali je tom rješenju stajao na putu ogroman problem - dvostruko trošenje.

Blockchain je ovaj problem efikasno riješio. Konsenzus u mreži peer-to-peer računara je premostio potrebu za posredovanjem treće strane po pitanju upravljanja bezgotovinskim novcem;

– *rješenje „problema vizantijskih generala“, odnosno pitanje distribucije povjerenja:* Drugi riješeni problem je takozvani „problem vizantijskih generala“ što je omogućilo efikasnu primjenjivost blockchain tehnologije i distribuciju povjerenja kroz konsenzus u mreži bez posredovanja treće strane;

– *apsolutna neporocljivost unesenog podatka:* Podatak unesen u blockchain je zapečaćen vremenskim pečatom i kao takav je neporocljiv i nepromjenjiv;

– *zbog ovakvog rješenja omogućeno je da se informacija može distribuirati i biti pod punom kontrolom vlasnika:* Bitno je da je značajna razlika između kopiranja i distribucije podatka. Poznati su načini klasičnog kopiranja u informatici (select, copy, paste). Zbog toga je i značaj blockchaina tim veći jer ne dozvoljava kopiranje podatka zbog specifične kriptografske zaštite. U blockchainu je moguća samo distribucija podatka;

– *Blockchain baza podataka je otporna na gubitak podataka i nema „downtimea“:* Zbog svoje distribuirane peer-to-peer strukture međusobno povezanih servera vjerovatnoća da svi serveri izgube funkcionalnost u istom trenutku je nemoguća.

Blockchain mnogi smatraju najvećim pronalaskom od interneta, što je sasvim razumno razmišljanje s obzirom na potencijale koje nudi.

<sup>1</sup> Peer-to-peer (P2P) mreža je, pored najzastupljenijeg klijent-server mrežnog operativnog sistema, drugi osnovni mrežni operativni sistem koji ima mogućnost upravljanja sa više računara koji su povezani u računarsku mrežu. Peer-to-peer NOS (Network Operating Systems – NOS) omogućava korisnicima da dijele resurse na svojim računarima, kao i da pristupaju resursima sa drugih računara koji su definisani kao djeljivi (shared), pri čemu svi računari imaju isti status.

## Vrste blockchaina kao distribuirane baze podataka

Postoje tri vrste blockchaina:

– *javni blockchain – sve kriptovalute koje se rudare*: Pojam rudarenje označava prikupljanje podataka o transakcijama i evidentiranje istih u glavnu knjigu, odnosno blockchain. Prilikom dodavanja novog bloka na kraj lanca blokova, generišu se nove novčane jedinice i dodaju u sistem. One pripadaju rudarima koji su kreirali navedeni blok. Osim novogenerisanih novčanih jedinica, rudarima pripadaju i sve transakcijske naknade transakcija koje su evidentirane u tom bloku. Da bi se pristupilo javnom blockchainu, osim svakako hardvera, potreban je softver za rudarenje i virtuelni novčanik za pohranjivanje virtuelnog novca. Osim bitcoina, najpoznatije kriptovalute koje se rudare su „etherum“, „dash“ i „monero“;

– *korporativni blockchain – za međusobnu razmjenu i upravljanje podacima poznatih učesnika*: Svakako vrlo interesantan blockchain koji može naći, a već i nalazi primjenu u raznim područjima. Evidencija zemljišnih knjiga, zdravstvenih podataka, bilo kakve evidencije, distribuirane baze podataka kojima upravljaju različiti ovlašteni korisnici (recimo, vrlo pogodno za e-upravu itd.);

– *privatni blockchain – kriptovaluta ripple ili nacionalna kriptovaluta*: Kriptovaluta ripple egzistira na privatnim serverima u peer-to-peer mreži kompanije RippleLabs koji se nalaze širom svijeta. Ovi serveri provode transakcije navedene valute čije karakteristike mogu biti primjenjive za izdavanje nacionalne virtuelne kriptovalute od centralne banke, tj. države.

## Najznačajnija područja primjene

- 1. Finansijske transakcije** – poboljšanje efikasnosti i brzine transakcija uz vrlo niske transakcijske troškove.
- 2. Pravo: Nekretnine, nasljedstva, dokazi i sl.** – blockchain omogućava da se kupoprodaja nekretnine provede kroz blockchain, pri čemu svi učesnici (kupac, prodavac, notar, banka, porezna uprava) sve vrijeme imaju pristup toku aktivnosti, te je proces transparentan i efikasan. Evidencija testamenata u blockchainu kroz neporicljivost uklanja mogućnost manipulacije. Evidencija dokaznog

materijala u istražnim radnjama onemogućava manipulaciju ili naknadno uklanjanje dokaza. Sigurno je da ima još područja za primjenu u domeni prava.

**3. Dokaz porijekla** – SCM (upravljanje lancima snabdijevanja) i implementacija dokaza porijekla proizvoda nudi efikasna rješenja. Naprimjer, lijek na tržištu bi mogao imati svoj zapis u blockchainu koji može sadržavati čitav životni ciklus proizvoda od fabrike do kupca. Ovo bi se moglo primijeniti za bilo koji brendirani proizvod, što bi dovelo do nestanka sumnje koja se kod kupaca javlja s vremena na vrijeme pri ovim kupovinama jer nemaju potpunu garanciju da kupuju zaista originalan, brendirani proizvod.

**4. Upravljanje zdravstvenim podacima** – vlasnik zdravstvenih podataka u distribuiranoj bazi bi imao pristup ovim podacima, bez obzira u kojem dijelu svijeta se nalazi, samo je bitno da postoji internet veza. Osim toga, može imati podatke o tome ko je od ovlaštenih zdravstvenih radnika pristupao podacima i kada, koje je eventualne izmjene u podacima izvršio i slično.

**5. Pametni ugovori (Smart contract)** – Smart contract su aplikacije čije je stanje pohranjeno u blockchainu. One mogu olakšati, verifikovati ili izvršiti ugovor. Postoji mogućnost automatske razmjene vrijednosti bez ljudskog nadzora ili aktivnosti. Nude vrlo velike mogućnosti uz širok spektar primjene u praksi.

**6. Politika: e-vlada, e-identitet, izbori...** – blockchain nudi efikasno rješenje i za implementaciju e-vlade radi razmjene podataka između različitih državnih organa i servisa, kao i evidenciju građana. Vlada ili grad može da kreira blockchain koji će sadržavati e-identitete svojih građana. Ovakva evidencija bi omogućila sigurno korištenje usluga kao što je, recimo, glasanje. E-identitet bi mogao postati sličan pasošu koji njegovom vlasniku omogućava korištenje različitih usluga i prava.

**7. IoT (Internet of Things** - Internet stvari) je svakako još jedno područje gdje bi blockchain tehnologija mogla naći efikasnu primjenu.

## Primjeri blockchain tehnologije u upotrebi i pripremi za upotrebu u svijetu

– *Velika Britanija, Finska i Danska – upravljanje podjelom donacija*: Trenutni načini praćenja i kontrole bespovratnih sredstava su veoma složeni i kao takvi su predmet potencijalne prevare ili zlo-upotrebe. Blockchain omogućava svim stranama koje su uključene u raspodjelu donacija da prate šta se dešava i na koji način se novac koristi.

– *Švedska – provođenje i evidencija transakcija nekretnina*: Švedska vlada planira da transakcije nekretnina evidentira kroz blockchain kako bi sve strane uključene u transakcije i banke i vlada te posrednici, kupci i prodavci mogli pratiti napredak sporazuma i aktivnosti sve dok se ne završi. Ovakav pristup omogućava trenutnu potvrdu važećih transakcija sa najvećim stepenom sigurnosti i integriteta.

– *Gana i Gruzija – evidencija zemljišnih knjiga*: Kvalitetna evidencija vlasništva bez mogućnosti malverzacija. Onemogućava korupciju u značajnoj mjeri.

– *Singapur – sprečavanje prevara u poslovanju*: Potaknuti incidentom u kojem je jedna kompanija izgubila skoro 200 miliona dolara od prevara u kineskoj luci Qingdao jer su lažne kompanije koristile duple fakture za istu robu kako bi povukle miliona dolara od banaka. Singapurska vlada je razvila sistem sa lokalnim bankama čija je namjena sprečavanje prevara tako da svaka faktura dobije jedinstveni ključ. Banke preko blockchaina dijele ovaj jedinstveni ključ, dok podaci iz faktura ostaju zaštićeni. Ukoliko druga banka pokuša da registruje fakturu sa istim detaljima, sistem je upozorava da se radi o duplikatu.

– *Tajland – testiranje Blockchain tehnologije kako bi se pratilo plaćanje PDV-a*: Tajland bi mogao postati prva zemlja u svijetu koja će iskoristiti tehnologiju distribuirane knjige (DLT) za porezne svrhe ukoliko se testiranje uspješno provede.

– *Dubai i Moskva – smart city*: O pametnim gradovima ne treba posebno pričati. Čak se i u Sarajevu provode određene aktivnosti o ovom pitanju, a blockchain tehnologija nudi idealnu podlogu za razmjenu podataka i upravljanje između više administratora i korisnika.

– *Meksiko – praćenje javnih ugovora*

ra: Zbog velikog stepena korupcije Meksiko provodi aktivnosti na praćenju ponuda za javne ugovore uz pomoć blockchain tehnologije.

– *Švicarska, Izrael, Ukrajina, Rusija, Kenija, Švedska, Indija i Maršalska Ostrva - nacionalna virtuelna kriptovaluta:* U svim navedenim zemljama se provode aktivnosti na analizi i uvođenju u upotrebu nacionalne virtuelne kriptovalute.

– *Volkswagen, Porsche, BMW - primjena u autoindustriji:* Međusobna komunikacija vozila te evidencija servisa i pređene kilometraže bez mogućnosti nelegalne izmjene i prevare kupca polovnog vozila.

– *Primjena blockchain tehnologije u energetsom sektoru:* Prema istraživanju koje je objavljeno u časopisu Power Engineering International (PEI), blockchain tehnologija će imati rast primjene u energetsom sektoru od 65% u periodu između 2019. i 2023. godine. Blockchain se može koristiti za prevenciju kvarova u električnim mrežama. Osim toga, može pružiti mrežnim operaterima podatke u realnom vremenu o radu sastavnih dijelova mreže i pomoći u modernizaciji iste. Pristup podacima u realnom vremenu pomaže operaterima da brže nađu propuste, smanje gubitke te umanje operativne troškove i troškove održavanja.

– *Sierra Leone će uz pomoć UN-a implementirati ID sistem na blockchainu:* Sierra Leone, država u Zapadnoj Africi, je u partnerstvu sa dvije agencije Ujedinjenih nacija kako bi kreirala nacionalni digitalni identifikacioni sistem koristeći blockchain tehnologiju. Sierra Leone je izabran jer ima samo jedan kreditni biro koji pokriva 2000 stanovnika, što je manje od 1% ukupne populacije zemlje, dok 80 posto stanovništva nema pristup bankarskim uslugama i finansijskim servisima koji su im potrebni.

– *UNICEF investira u šest blockchain projekata radi rješavanja globalnih izazova:* Fond za inovacije UNICEF-a iz sredstava namijenjenih finansiranju open-source tehnologija investiraće u šest projekata za izradu i isporuku prototipa i sistema za globalne probleme kao što su transparentnost u pružanju zdravstvene zaštite, omogućavanje pristupa povezivanju mobilnih telefona i sposobnost usmjeravanja finansijskih sredstava i resursa na projekte društvenog uticaja.

## Moguća primjena u Bosni i Hercegovini

U Bosni i Hercegovini bi se blockchain mogao primijeniti u efikasnom rješavanju možda najprioritetnijih problema, a to su:

– *Priprema naloga za isplatu plata, doprinosa i poreza bez evazije:* Na blockchain osnovi bi se kreirala softverska platforma za kreiranje naloga za plaćanje preko koje bi pravna lica imala zakonsku obavezu da vrše isplatu novca fizičkom licu. Preddefinisanom vrstom isplate - da li se radi o ugovoru o djelu, privremenim ili povremenim poslovima, donaciji ili običnoj redovnoj plati - softver bi onemogućio kreiranje i davanje platnog naloga, recimo, samo za platu bez doprinosa, kao što je trenutno veoma čest slučaj. Trenutno su evidentne velike zloupotrebe, a ovo rješenje bi uslovalo da se kroz sistemsko rješenje preduzeća, bilo privatna ili javna, obavežu da moraju isplatiti sve pripadajuće obaveze. Ne bi se dešavalo da s vremena na vrijeme određeni broj radnika ne može u penziju zbog neplaćenih doprinosa. Sigurno je da bi ova platforma mogla ponuditi i smanjenje stopa poreza i doprinosa jer bi se zaveo red u ove transakcije;

– *Izrada sistema za fiskalizaciju radi efikasnije borbe protiv PDV prevara:* Procjena je da je u EU ukupan iznos po osnovu PDV prevara oko 1000 milijardi eura. Svakako da bi, osim koristi kroz efikasniju evidenciju prometa, uštede bile i zbog toga što bi se postojeći fiskalni sistemi izbacili iz upotrebe;

– *Izrada sistema za praćenje ugovora po osnovu javnih nabavki:* Sve aktivnosti po pitanju jednog postupka nabavke bi se mogle evidentirati na blockchainu čime bi se povećala transparentnost i omogućilo uočavanje određenih pokazatelja koji mogu ukazivati na korupciju;

– *Upravljanje zdravstvenim podacima:* Vlasnik zdravstvenih podataka u distribuiranoj bazi bi imao pristup ovim podacima, bez obzira u kojem dijelu svijeta se nalazi, samo je bitno da postoji internet veza. Osim toga, može imati podatke o tome ko je od ovlaštenih zdravstvenih radnika pristupao podacima i kada, koje je eventualne izmjene u podacima izvršio i slično. Rješenje na blockchain tehnologiji bi omogućilo interoperabilnost zdravstvenog sistema na cijelom teritoriju Bosne i Hercegovine;

– *Transport, upravljanje lancima snabdijevanja i dokaz porijekla:* Zbog mno-

go učesnika u aktivnostima povezanim sa transportom i upravljanjem lancima snabdijevanja korporativni blockchain bi bio idealno rješenje koje dodatno nudi i mogućnost dokaza porijekla robe. Svakako da bi ova karakteristika ponudila mogućnost proizvodnje visokokvalitetnih organskih proizvoda čije bi dokaz porijekla štitio blockchain;

– *Omogućavanje decentralizovane evidencije privrednih subjekata:* Decentralizovana evidencija privrednih subjekata u okviru privrednih komora bi ponudila mogućnost jednostavnijeg pronalaženja poslovnih partnera, kao i evaluaciju pouzdanosti i poslovne sposobnosti istih u cilju podizanja kvaliteta ponude na tržištu;

– *Evidencija nekretnina i praćenje transakcija povezanih sa nekretninama:* Zbog neporicljivosti i moguće koordinacije strana povezanih sa transakcijama nekretnina korporativni blockchain isto tako nudi prednosti u odnosu na klasično rješenje.

Svakako da će se širenjem informacija o potencijalima blockchain tehnologije uočiti i druga potencijalna područja primjene.

## Zaključak

Pojava blockchain tehnologije predstavlja veliku mogućnost i za Bosnu i Hercegovinu i značaj te tehnologije je neprocjenjiv. Široke mogućnosti primjene nude proaktivan pristup uz automatizaciju procesa u mnogim područjima, čime se smanjuje potreba za ljudskom intervencijom u procesima, a što poboljšava procese, smanjuje mogućnost korupcije uz povećanje efikasnosti. Samim tim, na događaje se ne reaguje onda kada se dese, već se uz pomoć blockchain tehnologije kreiraju okolnosti koje onemogućavaju neželjene događaje. Blockchain tehnologija nudi osnovu da se nedostaci u sistemima čiji je uglavnom uzrok ljudski faktor mogu efikasno premostiti. Uvođenje u primjenu u Bosni i Hercegovini bi donijelo mnogo poboljšanja.

**Samir Nuhbegović**

\*Autor je po zvanju magistar menadžmenta, smjer Bankarstvo i osiguranje i autor knjige „Virtuelne kriptovalute i blockchain protokol” u izdanju Ekonomskog fakulteta u Sarajevu. Osim toga, posjeduje i licencu certificiranog računovođe.





# Menadžment u doba korone

Razmišljaj kao čovek od akcije, deluj kao čovek od razmišljanja!

Upravljanje u kriznim situacijama nije ništa neobično za većinu menadžera koji rukovode kompanijama u našem okruženju. Promene sa kojima se susrećemo su stalne, a izazivaju probleme koje rešavamo uvodeći svesno nove promene. Tako za svoje kompanije pronalazimo nove puteve rasta. Ipak, naglo otkazivanje porudžbina, odlaganje poslova, neizvesnost, i to uz obrazloženje da se iz zdravstvenih razloga zahteva svesna samoizolacija, zaista jeste sasvim neobičajeno i apsolutno vanredno stanje. Svakako da ovu situaciju moramo da prihvatimo, da je sagledamo trezveno i pokušamo da radimo ono što jeste posao menadžera, da postizemo najbolje moguće rezultate radeći sa drugim ljudima. Kako je za menadžere ova situacija teška, neočekivana i proizvodi posledice koje još uvek ne možemo da sagledamo, tešk je i za zaposlene koji su sasvim sigurno zabrinuti zbog čitavog niza pitanja: Da li će biti posla? Da li će se smanjiti plata? Da li će nas slati na prinudni odmor? Koliko će ovo da traje? Da li će biti otpuštanja? Kakvu alternativu bih mogao da pronađem?

Mnoga ova i slična pitanja se većini zaposlenih već vrzmaju po glavi i bilo bi dobro da im neko ponudi odgovore kako se ne bi osećali dodatno izolovanim. U zavisnosti od iskrenih i pravo-

vremenih odgovora zavisice i njihov odnos prema kompaniji i menadžeru, a posebno ja važno da li će osetiti da kompanija računa na njih.

Zato želimo da damo nekoliko saveta koji mogu pomoći u meri u kojoj mogu da se primene u konkretnim kompanijama.

## Digitalizacija nije izolacija

Mnogi poslovi zahtevaju stalno prisustvo zaposlenih i kontinuiranu komunikaciju, ali postoje i mnogi koji mogu da se obavljaju putem računara i interneta. Sastanci mogu da se održavaju preko Skypea i Zooma, izveštaji da se šalju e-mailom, nadzor da se obavlja preko kamera, razgovori putem telefona itd. U obavljanje gotovo svakog posla može da se uvede upotreba novih tehnologija i to je jedan od glavnih izvora inovacija u svetu. Tako se već odavno usevi mogu prskati putem dronova, zgrade zidati pomoću 3D štampe, a operacije vršiti pomoću robota. Ohrabivanje i obučavanje zaposlenih da koriste najsavremenije tehnologije gotovo svaku kompaniju može da dovede na viši tehnološki nivo, a neretko se dešava da se tako uvode inovacije koje kompaniju lansiraju u potpuno nove oblasti poslovanja. Dakle, verujte u svoje zaposlene i pokušajte da iskoristite ovu situaciju

da ih usmerite da se u svom svakodnevnom poslu koriste novim tehnologijama. Budite otvoreni za njihove ideje, razgovarajte o tome i sigurno je da će biti sjajnih predloga koji mogu da unaprede poslovanje na načine koje nismo ni slutili. Uostalom, narednih meseci naša deca u najranijim razredima će nastavu gledati na televizoru i računaru, dobijće zadatke i testove e-mailom, koristiće platforme za daljinsko učenje, što je za generacije njihovih roditelja bilo nezamislivo. Naša deca će takvo okruženje uskoro prihvatiti kao normalno, a njihova sposobnost da ga unaprede će se razvijati verovatno izvan granica koje sada možemo da sagledamo. Naravno, ako ih budemo podsticali, razumeli i ako budemo otvoreni za njihova razmišljanja i ideje.

## Rad od kuće nije izolacija

U situaciji kada ne možemo da očekujemo da će naši zaposleni sedeti u poslovnim prostorijama možda postoji mogućnost da ih motivišemo da rade od kuće. Tako će imati više vremena za porodicu i decu, a ceniće činjenicu da ih se kompanija ne odriče. Ako su sposobni da razvijaju svoja tehnološka znanja i da nam se priključe u radu, onda već stvaramo mrežu sposobnih saradnika koji umesto fiksnog radnog vremena





imaju fiksni posao za koji ste sigurni da će ga obaviti gde god da sede i kada god da ga obavljaju. Tako svoju kompaniju prevodimo u fleksibilnu, spremnu da se modernizuje i adaptira, a svoje saradnike u tim koji je sposoban da saraduje nezavisno od granica. Naravno, postoje izvršni, operativni poslovi koji zahtevaju prisustvo na radnom mestu, ali sve je veći obim posla koji podrazumeva kreativnu, a ne samo izvršnu komponentu. Forsiranjem ovakvog pristupa bićemo spremniji da budemo deo kreativne ekonomije koja obuhvata poslove više dodate vrednosti i koja okuplja najkvalitetnije ljude.

### Zajedništvo nije izolacija

U redovnim situacijama ljudi imaju sklonosti da budu sebični i da zahtevaju nešto što ne zaslužuju. Međutim, iskustvo je pokazalo da u vanrednim situacijama ljudi u našem društvu pokazuju sposobnost da budu solidarni i da pomognu jedni drugima. Ovakva situacija može da izazove osećaj individualne ugroženosti da gotovo svako u kompaniji ili našem timu gleda kako će da se zaštiti. Ipak, ako se ljudima pruži poverenje, može da se stvori potreba da se iz neočekivano teške situacije izađe zajedničkim naporima. Važno je da se vaši saradnici ne osete uplašeno, ugroženo i ostavljeno u nemilosti usled okolnosti u kojima se svi nalazimo. Uostalom, već se priča kako se u ovoj kompaniji otpušta, u onoj šalje na pri-

nudne odmore itd. Kada ova eksterna kriza prođe pitanje je koliko će takve kompanije moći da računaju na svoje ljude. Čak i ako se vrate ili ostanu u kompaniji, imaće osećaj da u njoj nemaju dugoročnu perspektivu i mentalno će se orijentisati na nešto drugo, što će u konačnici dovesti do gubitka ljudi, i to prvo onih najkvalitetnijih. Zato je upravo sada vreme da im objasnimo realnu situaciju u kojoj se nalazimo, da ih uključimo u razgovor, pitamo kako sve to vide, a posebno da im ukažemo da računamo na njih i da oni sigurno mogu da računaju na nas i kompaniju. Pružanje poverenja i ulaganje u ljude u teškim situacijama kreira snažan osećaj zajedništva i ogromna je šansa da će se to mnogostruko isplatiti. Pre svega vrednim radom i požrtvovanjem zaposlenih, prevazilaženjem konfuzije i apatije i kreiranjem pozitivne atmosfere kojom se pobeđuju nevolje. Kada se suočavamo sa stagnacijom, pravi je trenutak da se vreme iskoristi za pripremu buduće ekspanzije, pronalaženje novih mogućnosti i puteva rasta. Najbolji način za to je da se pruži poverenje i iskoristi intelektualni potencijal ljudi sa kojima saradujemo kako bi se zajednički isplanirali budući koraci koji treba da dovedu do nove ekspanzije, kada se za to stvore eksterni uslovi.

Kombinacijom ovih pristupa imaćemo saradnike koji su spremni da unapređuju svoja tehnološka umeća i inoviraju procese, koji su svesni posla i ciljeva koje imamo i spremni i sposobni

da ih ispunjavaju nezavisno od mesta na kojem se nalaze, a konačno i ljude koji vide svoju budućnost u kompaniji. Tako ćemo dobiti zaposlene koji će umesto pitanja sa početka ovog teksta postavljati neka druga pitanja: Kako u ovim uslovima najbolje da obavljam svoj posao? Kako da doprinesem da što manje osetimo ovu situaciju? Kako možemo brže da komuniciramo i radimo, uprkos ovim problemima? Kako u budućnosti možemo da prevaziđemo ovakve situacije? Kako se sa sličnim situacijama suočavaju u svetu? Šta možemo da uradimo bolje ili drugačije? Kako da unapredim svoja znanja i kako da ih primenim?

Sada je važno da, brinući o sopstvenom zdravlju i zdravlju naših saradnika, brinemo i o organizacionom zdravlju. Sebe da sačuvamo, a kompanije da pripremimo za sledeći period kada će doći vreme za novi ciklus rasta, jer promene su stalne.



*Dubravka Milovanović,  
regionalna direktorka za programe  
razvoja zaposlenih ASEE*

# Edukacija poslovne zajednice u vrijeme pandemije

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je od samog početka situacije izazvane koronavirusom bila veoma aktivna i trudila se da, u skladu sa svojim nadležnostima i mogućnostima, pruži pomoć i podršku privrednicima u novonastaloj situaciji te je usprkos ograničenjima u poslovanju svakodnevno bila na usluzi svim svojim članicama.

**P**ored bojnih realiziranih aktivnosti, od komunikacije sa kompanijama na dnevnoj osnovi, preko komunikacije sa resornim institucijama i organizacijama, do pripremanja analiza i prijedloga mjera, Komora je posebnu pažnju posvetila edukaciji, s ciljem jačanja kapaciteta kompanija i podizanja stručnih kompetencija njihovih zaposlenika.

S obzirom na to da je novonastala krizna situacija dovela do nemogućnosti obavljanja poslova na uobičajen način, odnosno da se mnogo posla obavlja putem interneta, Komora je, iako do tada nije imala u svojoj ponudi online edukacije, kreirala plan webinara kako bi pomogla kompanijama da se prilagode novom načinu poslovanja, suoče sa krizom i pripreme za period nakon nje.

Osluškujući potrebe kompanija i prateći kretanja na tržištu, u aprilu, maju i junu je uspješno organizirano **30 edukacija, kroz 54 dana obuke, na kojima je učešće uzelo 1338 polaznika**, a iste su realizirane uz podršku institucija i organizacija.

Edukacije su organizirane u saradnji sa sljedećim partnerima: **Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu, Agencija za državnu službu BiH, Predstavništvo Fondacije Konrad Adeneuer u BiH, i-dijaspore u okviru projekta i-platform/Dijaspore za razvoj Bosne i Hercegovine, Vijeće stranih investitora, Adižes i ASK consulting.** Ovom prilikom se zahvaljujemo svim partnerima što su prepoznali značaj i podržali inicijative Komore za organizaciju stručnih edukacija od važ-

nosti za bh. privredu.

U periodu od aprila do juna 2020. godine, Komora je organizirala sljedeće edukacije:

- Želite li bolje surađivati koristeći online alate?/Zoom platforma
- Krizni menadžment - strateški i operativni aspekti
- Šta nam je činiti?
- Izazovi poslodavaca u toku COVID-19 pandemije sa aspekta radnog prava i zaštite ličnih podataka
- Prednosti i karakteristike arbitraže kao mehanizma za rješavanje sporova u doba pandemije COVID-19
- Vještine komunikacije sa strankama
- Upravljanje ljudskim potencijalima
- FIATA škola špedicije (2 modula; Pomorski transport & Kontejnerizacija i kontejnerski transport)
- Instrumenti i mogućnosti ekonomske politike u borbi protiv posljedica COVID-19 krize. Šta treba, a šta ne treba raditi
- Soft Management - Upravljanje ljudima i procesima u vremenu krize
- Kako unaprijediti poslovanje koristeći Cloud servise
- Emocionalna inteligencija
- Intelektualno vlasništvo u vrijeme pandemije koronavirusa (COVID-19)
- Kreativno rješavanje problema
- Upravljanje stresom i vremenom
- Ekonomska kriza uzrokovana pandemijom COVID-19 i putevi za njeno savladavanje. Nova polja i mogućnosti rada - online prodaja kao

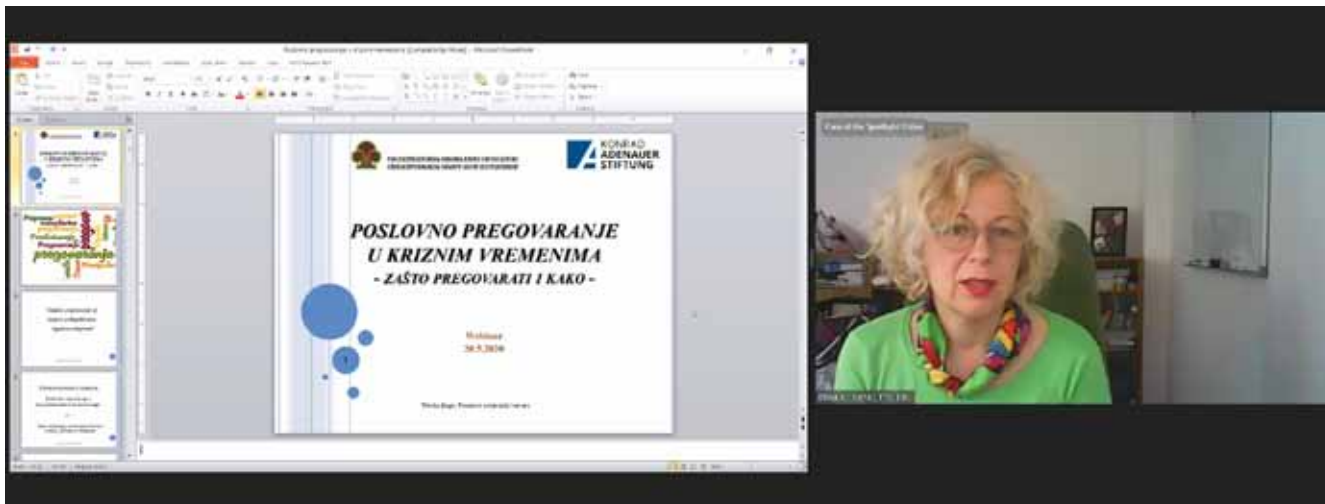
instrument

- Krizno komuniciranje
- Elektronske javne nabavke
- Poslovno pregovaranje u kriznim vremenima - zašto uopšte pregovarati i kako?
- FIATA škola špedicije (2 modula; Intermodalni i multimodalni transport & Nacionalni-međunarodni prijevoz tereta unutarnjim plovnicama)
- Upravljanje rizicima poslovanja u doba krize
- Webinar sa dr. Isakom Adižesom
- Efikasna komunikacija sa medijima
- Energijska efikasnost i upravljanje energijom u industrijskim preduzećima
- Primjena Zakona o zaštiti osobnih podataka
- Incoterms 2020

U izvještajnom periodu realizirane su edukativne aktivnosti u saradnji s KVP projektom, a koje su obuhvatile organizaciju trodnevnog webinara u okviru kojeg su prezentirane tri teme:

- Branding i šta poslije?
- Customer Relationship Management / Upravljanje odnosima s kupcima
- Marketing planiranje

Nakon ublažavanja mjera nadležnih institucija, uz maksimalno poštivanje mjera sigurnosti polaznika, VTKBiH je organizirala i jedan seminar u svojim prostorijama, na temu „Prodaja i prodajne vještine - jednostavni recepti svjetskih korporacija uz fokus ka postkriznom prodajnom komuniciranju“.



## Mišljenje bh. poslovne zajednice o organiziranim edukacijama

### Éco Company d. o. o. Sarajevo

„Izuzetno sam zadovoljan brзом reakcijom Vanjskotrgovinske komore BiH, posebno u prvim danima pandemije kada je čitava poslovna zajednica bila zatečena novonastalom situacijom, a kada nam je Komora davala konkretne informacije. Shodno situaciji, organizirani su webinar i sa stručnim predavačima koji su poznavali datu problematiku i mogli nas bolje informirati o situaciji u kojoj smo se našli. Organizacija webinar je bila na zavidnom informatičkom nivou, sa temama koje su najbolje opisivale trenutno stanje poslovne zajednice ne samo BiH nego i čitavog svijeta, a najviše mi se svidjela omogućena interakcija svih učesnika koji su mogli prenijeti svoja iskustva i opisati kako se ko nosi sa pandemijom i kako ona utječe na naše poslovanje. Generalno sam zadovoljan činjenicom da je Vanjskotrgovinska komora BiH prepoznala težinu situacije u kojoj se našao poslovni svijet Bosne i Hercegovine i organizirala svrsishodne webinare tako da je svaki pogođeni pojedinac mogao prenijeti svoje iskustvo, razmijeniti mišljenje i predložiti eventualno rješenje koje bi moglo biti od pomoći.“

### GS - Tvornica mašina Travnik d. o. o.

„Ugodno sam iznenađena načinom i brzinom na koji je Komora reagirala uvođenjem mjera kriznog stožera za vrijeme pandemije. Također, pružila

je izuzetno bogatu ponudu webinar iz različitih područja, pogotovo onih kako voditi ekonomsku politiku u kompanijama za vrijeme pandemije. Mislim da su teme bile izuzetno dobro odabrane. Budući da su nam danas ZOOM, Microsoft Teams & Co. postali svakodnevnica u organizaciji raznih skupova i sastanaka, webinar VTK-a su, prema mom iskustvu, bili tehnički dobro odrađeni. Posebno mi se svidio Adžesov webinar o načinu upravljanja krizom kroz obradu 4 osnovna područja aktivnosti, a to su tržište, transformacija ili proizvodnja, zaposlenici i tokovi novca. Mislim da je ovo predavanje dalo ukratko prave smjernice poslodavcima. Rad u grupama nam je pomogao da vidimo kako to drugi rade i što možemo popraviti u vođenju vlastitih kompanija. Mogli smo puno naučiti kako o sebi tako i o drugima. Generalno mislim da nas je COVID-19 samo ubrzao da pređemo na jedan efikasniji i fleksibilniji način komuniciranja, a webinar su nam omogućili prisustvo odabranim edukacijama ili sastancima ma gdje se nalazili. Ovo je samo početak u organizaciji nužno potrebnih edukacija za privrednike. Cijeli svijet se prilično brzo mijenja, a ovo je jedan od načina kako te promjene možemo pratiti i otkriti naše mjesto u njima.“

### Mega Drvo d. o. o. Bijeljina

„Vanjskotrgovinska komora BiH je uspjela da, i u vrijeme globalnog izazova kakav je pandemija koronavirusa, organizuje veliki broj webinar koji su pomogli ne samo u vidu edukativnih materijala i tema nego i mentalnim osnaživanjem i podrškom pomoću in-

formacija zahvaljujući kojima smo se osjećali sigurnije i spremnije za djelovanje u teškim trenucima za privredu. Uzevši u obzir činjenicu da su webinar bili usko vezani za aktuelnu situaciju i da su realizovani u vrijeme stagnacije privrede i neizvjesnosti budućih događaja, možemo istaći da su teme i način organizovanja i prezentovanja bili na zavidnom nivou i da su značajno pomogli privrednim subjektima pravovremenim i korisnim informacijama. Predavanja su sadržala mnoštvo primjera iz prakse i ličnih iskustava predavača, koji su nastojali ostvariti aktivan kontakt sa polaznicima tokom webinar. Sve pohvale usmjerene su ka Vanjskotrgovinskoj komori BiH i angažovanim predavačima koji su svojim predavanjima dali smjernice i savjete za načine djelovanja te prenijeli svoja iskustva koja će nam u budućnosti koristiti u uspješnoj realizaciji poslovnih aktivnosti i suočavanju sa novim izazovima.“

### Orao a. d. Bijeljina

„Zadovoljni u potpunosti! Ponuđene teme su prilagođene novonastaloj situaciji, a organizacija u skladu sa očekivanjima - na najvišem nivou. Lično sam zadovoljniji kada se organizuju seminari u vašim prostorijama. Pored renomiranih predavača, na takvim edukacijama se polaznici mogu u potpunosti uključiti jer nemaju drugih obaveza u tom trenutku. Takođe, na seminarima se stvaraju prilike da se polaznici međusobno upoznaju, razmjenjuju kontakte, a postoji i potencijal za ostvarenje lakše poslovne saradnje.“



## Vispak d. d. Visoko

„Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je u vremenu krize pokazala još jedan svoj kvalitet, a to je da može pravovremeno i na odgovarajući način reagirati u kriznim situacijama te zainteresiranim stranama ponuditi adekvatan i kvalitetan sadržaj. Najvažnije od svega je što se Komora pokazala kao pouzdan partner privrednicima u moru informacija koje su u doba pandemije često bile poluistinite.“

## Workz Group Technology d. o. o. Gračanica

„Smatramo da je Vanjskotrgovinska komora fantastično reagirala u vrijeme pandemije koronavirusa i webinarima koje je nudila omogućila bezbjedan pristup edukacijama svim učesnicima,

kojih je bilo zaista mnogo. Naša firma je svakako to sa zadovoljstvom podržala i svojim zaposlenicima omogućila slobodno vrijeme za prisustvovanje, što je rezultiralo zadovoljstvom među zaposlenicima i kolegama. Webinarima su bili pravo osvježanje s obzirom na to da ponekad poslovne aktivnosti ne dozvoljavaju fizičko prisustvo na pojedinim seminarima pa se oni u tom slučaju, nažalost, propuštaju. Ovako su kolege bile u mogućnosti prisustvovati različitim webinarima a da pri tome ostale poslovne aktivnosti nisu bile odgođene. Ističemo prvenstveno jako dobru organizaciju VTK-a, kvalitetne predavače, raznovrsnost tema i naše lično zadovoljstvo velikim brojem prisutnih te se iz istih razloga nadamo nastavku sličnog pristupa i u narednim mjesecima. Koristimo ovu priliku da se ujedno i srdačno zahvalimo na angažmanu i

trudu Komore!“

Za više informacija o predstojećim edukacijama pozivamo vas da pratite internetsku i Facebook stranicu Vanjskotrgovinske komore BiH.

Ukoliko ste zainteresirani da pozive za edukacije u organizaciji Komore dobijate direktno putem e-maila, molimo da vaše kontakt podatke (naziv kompanije, djelatnost, službena e-mail adresa) dostavite na e-mail adresu [edukacija@komorabih.ba](mailto:edukacija@komorabih.ba)

Komora planira nastaviti aktivno djelovati prema nadležnim tijelima, u nadi da će se iznaći rješenja za omogućavanje poslovanja privrednih subjekata i sanaciju šteta uzrokovanih koronavirusom, te realizirati aktivnosti od značaja za poslovnu zajednicu.



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.).

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



# Branding nakon krize!

**Globalna zdravstvena i ekonomska kriza značajno je promijenila fokus potrošača na duži period pa su tako dvije ključne teme postale zdravlje i zdravstveni aspekt svega što radimo te opasnost i ugroženost osobnih primanja.**

**B**randovi, definirani kao „skup percepcija o proizvodu u glavni potrošača“, dobili su novo okruženje u percepciji potrošača. Potrošač sada sve razmatra kroz prizmu zdravstvene sigurnosti i osobnog ekonomskog opstanka. U takvom novom okruženju jaki brandovi će, naravno,

1. March 2020 GlobalWebIndex izvještaj: „Coronavirus Research Release 3: Multi-Market Research“
2. McKinsey & Company

lakše zadržati dio svoje snage, dok će brandovi koji su i ranije bili slabašni još lakše nestati.

Do toga neće doći ako smo uradili prilagodbu i razvoj brandova u novim uslovima i primijenili sljedeća nova pravila za branding nakon krize ili pak ako je naša industrija direktno vezana za zdravlje pa je time percepcija prirodno znatno veća na te brandove.

## Šta drugačije i bolje rade brandovi koji uspješnije prolaze kroz krizu?

- Brandovi koji su unaprijedili svoje komuniciranje u skladu sa okolnostima dobili su veću pažnju potrošača i veću relevantnost
- Nove teme: sigurnost, zdravlje, dostupnost potrepština, sloboda, siguran prihod/zaposlenje
- Novo ponašanje: digitalno vs realno (fizičko)
- Nove potrebe i želje: izvjesnost, zaštita, nova bliskost u digitalnom okru-

ženju, online dostupnost

- Nova očekivanja:
  - 77% ispitanika želi da reklama „govori o tome kako je brand koristan u novoj svakodnevici“
  - 75% ispitanika je reklo da brandovi „ne bi trebali iskoristiti pandemiju za promociju marke“
  - 40% je reklo da bi „trebalo izbjegavati šaljive tonove“
- Nova primanja: u EU 25-50% potrošača očekuje manji prihod<sup>2</sup>
- Brandovi su omogućili individualni tretman preko svojih CRM softvera za pojedinca
- Reakcije na novu situaciju i nove potrebe su bile brze i tačne
- Brand je komunicirao jednu jedinstvenu poruku na svim kanalima prodaje i oglašavanja
- Brandovi su objašnjavali „kako će zadovoljiti nove potrebe potrošača u novom okruženju“
- Brandovi su bili jasni u poruci svoje dodane vrijednosti u odnosu s brandom

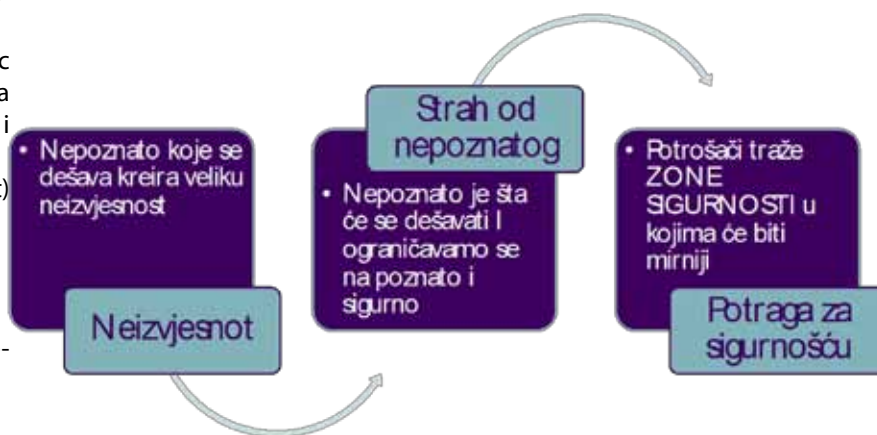
## 20 PRAVILA ZA BRANDING NAKON KRIZE

### #1 BLIZU POTROŠAČA

- Brand uvijek treba biti blizu svojim potrošačima, a u krizi još bliže
- Potrošači traže sigurnu zonu, oslonac na poznato i brand treba biti sigurna poznata zona u novim okolnostima i sa novim senzibilitetom
- Angažiranost (engagement) potrošačima

### #2 DIGITALNO BLIZU

- Potrošači su otišli u digitalno okruženje, sviđalo im se to ili ne
- Digitalno je bliže potrošaču
- Digitalno je stalno blizu
- Digitalno je dostupno i lakše
- Digitalno je zanimljivije i interaktivnije



### #3 NOVO RELEVANTNO

Prekid normalnog i otvaranje novog  
Brandovi trebaju preispitati svoje strategije:

- Kako će brand biti relevantan u novom okruženju, kako brand reagira na novo okruženje i potrebe potrošača - pruža sigurnost, zdravlje, dostupnost, smanjen prihod
- Kako brand pomaže novim potrebama potrošača?
- Kako je brand bliži potrošačima?
- Kakvu brand ima dostupnost potrošačima (cjenovno i u kupovnom procesu)?

### #4 BRIGA O SVOJIM RADNICIMA

EMPLOYEE BRANDING

- Brandovi koji brinu o svojim zaposlenicima postaju voljeni brandovi
- Potrošači su osjetljivi i brandovi trebaju biti osjetljivi prema njima

### #5 SAMO POZITIVNO

- Previše je negativnog i strašnog u okruženju, brandovi trebaju biti ohrabrenje i pozitivan trenutak u susretu sa potrošačem
- NE koristiti strah u porukama i širiti samo pozitivne priče i atmosferu sigurnosti

### #6 OMNI CHANNEL

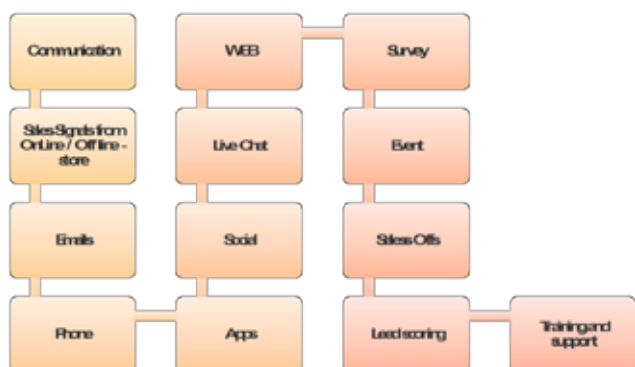
- Objedinjeno iskustvo potrošača sa brandom
- Integracija svih prodajnih i komunikacijskih kanala
- Ujedinjeno digitalno i fizičko pojavljivanje

### #7 SEGMENTACIJA UVIJEK I SAD

- Pristup „Jedna poruka za sve“ nije nikada vrijedio, a pogotovo sada
- Traži se personalizirana poruka i pristup segmentima potrošača – Segmentacija umjesto Spray and Pray
- Koncept niša - jasnije brandiranje; Niša ne znači automatski malo tržište već jedinstven uvid u potrošače

### #8 CRM

- CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
- Softver/baza podataka/algoritmi koji objedinjuju sve kanale komuniciranja sa potrošačima i segmentima



### #9 VIDEO I INTERAKTIVNO

- Prije nekoliko godina smo govorili da je print oglašavanje nestalo
- Sada govorimo da je print čak i u digitalnim kanalima nestao
- Traži se interaktivno i video
- Apps na mobitelu

### #10 ISTICANJE BRAND VRIJEDNOSTI

- Potrošači sada sve preispituju pa i brandove
- Preispitati šta su zaista vrijednosti branda, šta misle potrošači
- Isticati šta su vrijednosti branda i kako su relevantne za potrošača

### #11 DIFERENCIJACIJA KOJA ZNAČI

- Diferencijacija koje je relevantna potrošačima i koja se ističe
- Uspjeh branda zavisi od toga kako relevantan i diferenciran brand može postati
- Brand može biti relevantan sa vizijom koju promovira, sa vrijednostima za koje se zalaže, sa benefitima koje osigurava, sa inovacijama koje razvija, sa segmentiranjem koje odgovara potrošačkim grupama i adekvatnim ponudama, sa pravovremenom i adekvatnom porukom.....



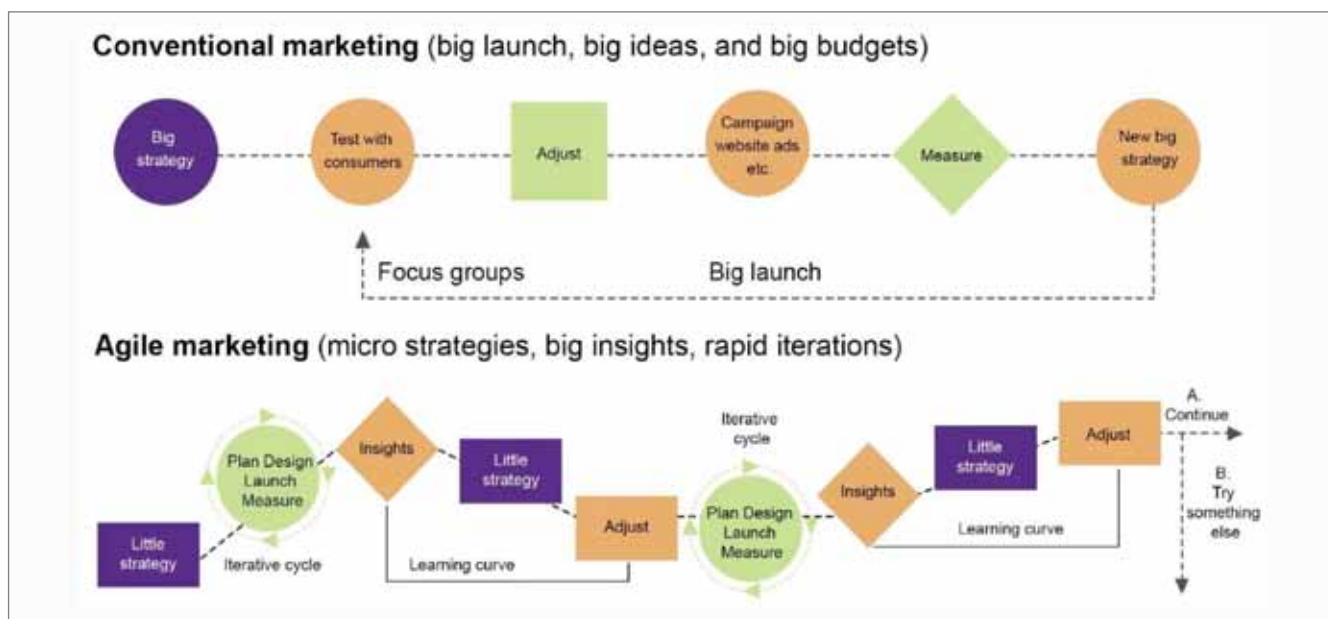
### #12 FILANTROPIJA

- Promoviranje filantropije, umjesto čiste komercijale
- Brand koji može pomoći potrošačima da prebrode teška vremena sigurno će dobiti povjerenje potrošača i njihovu blizinu

### #13 INOVACIJE

- Inovacije su uvijek bile alat za osnaživanje branda
- Inovacije održavaju brand u formi
- Sada su potrebne inovacije u vezi sa digitalnim, zdravstvenim, sigurnosnim i finansijski dostupnim

## #14 AGILE MARKETING



Preuzeto od prof. dr. I. Petrovska)

## #15 SOCIAL DIGITAL

- Potrošači su znatno više vremena u digitalnom svijetu sada nego prije i to će tako i ostati
- Social je intenzivniji nego do sada kao rezultat „fizičkog distanciranja“
- Ako su potrošači na društvenim mrežama i digitalno, tamo moraju biti i brandovi

## #16 NOVE ONLINE USLUGE

- Inovativne online usluge
- Novi interaktivni moduli
- Nove aplikacije u vezi s kategorijom u kojoj djelujemo, informacije i savjeti, vijesti
- Prikupljanje informacija o potrošačima kroz online komunikaciju i umjetnu inteligenciju koja obrađuje podatke i kreira nove algoritme

## #17 HEALTHY LIFESTYLE

- Podrška zdravom životnom stilu
- Vezivanje branda uz vrijednosti koje potrošači žele (recimo, životni stil)
- Ideje, informacije, sadržaj u vezi sa zdravim životnim stilom

## #18 DOSTUPNA CIJENA & ISKUSTVO

- Smanjuje se kupovna moć i potrošači su zabrinuti za buduću prihod te planiraju smanjenje potrošnje
- Brandovi moraju pronaći varijante proizvoda/usluga koji će biti cjenovno dostupni u novoj realnosti
- Nove brandove pozicionirati na novi način, bez urušavanja originalnog jakog branda koji ostaje da traje

## #19 BEZ KOMFORT ZONE

- Komfort zona je najveći neprijatelj bilansa uspjeha
- Raditi stvari na isti način i očekivati drugačiji rezultat je nemoguće

- Slobodno probavati nove opcije, učiti od potrošača kroz online kontakte, mijenjati sve na što potrošači nemaju pozitivnu reakciju te biti spreman u bilansu uspjeha na + ili –
- Izbaciti radnike iz komfor zone – restart za potrošačeve potrebe

## #20 BRAND JE ŽIVA OSOBA

- BRAND je samo percepcija u glavi potrošača, zaposlenika, dobavljača – samo u glavi
- Upravljanje odnosom sa potrošačima kroz komunikaciju radi kreiranja pozitivne percepcije, osjetljivo, dozirano, pravovremeno i relevantno, a zanimljivo diferencirajuće

### Alma Nefić, MBA

SME Business consulting

Š. Sarajlića 24, Ilidža

alma.nefic@me.com

Konsultant za mala i srednja poduzeća u BiH, regiji, EU, Evroaziji i sjevernoj Africi u domeni prodaje i marketinga, a posebno na projektima restrukturiranja porodičnih firmi i tranziciju iz porodičnog upravljanja u korporativno vođenje.

Konsultant sa EBRD-om na projektima podrške malim i srednjim poduzećima u BiH. Preko 15 godina međunarodnog menadžerskog iskustva u multinacionalnim i regionalnim kompanijama: direktor The Coca-Cola Company za BiH; direktor TDR d. o. o. (Tvornica duhana Rovinj) za BiH; Član uprave HLBiH; Preko 50 projekata u radu sa malim i srednjim poduzećima u BiH, regiji, EU, Evroaziji i sjevernoj Africi.





# Svjetlo u mraku

**KAKO POSLOVATI BOLJE KORISTEĆI ONLAJN (MREŽNE) ALATE, POGOTOVO U VRIJEME PANDEMIJE VIRUSA KOJI NIJE DIGITALAN**

**V**eć dugo živimo u vremenu novih tehnologija. Kao što su ljudi 20. vijeka predviđali, 21. vijek otvara i u potpunosti počinje da ispunjava ne toliko viziju letećih automobila, koliko jedne od najsnažnijih sila aktuelne civilizacije – „leteću“ komunikaciju.

Četvrta industrijska revolucija ili digitalna transformacija društva već je drastično promijenila način na koji živimo, zabavljamo se, družimo, ali i radimo. Prva industrijska revolucija je koristila vodu i moć pare, druga električnu energiju, treća elektroniku i informacionu tehnologiju. Četvrta, kao i prethodne tri, nastavlja ovaj niz tako

što spaja sve tehnologije i briše razlike između fizičke, digitalne i biološke sfere. Njena brzina u pogledu rasta obima i uticaja je nešto što je do sada neviđeno. Ona se razvija eksponencijalno i geometrijskom progresijom osvaja cijeli svijet, transformiše sve odnose, pa i one u sistemima industrijske proizvodnje i menadžmenta.

Jedan od najdominantnijih alata koji se razvija u vrijeme četvrte industrijske revolucije jeste ono što se nekad zvalo kompjuter, a danas sve više poprima oblike vještačke inteligencije iz futurističkih filmova. Takozvani pametni uređaji svojim softverom već preuzimaju čitave industrijske oblasti

ne samo u fabrikama kao tradicionalnim markerima industrije nego i na poljoprivrednim dobrima, domaćinstvima, u kućama i stanovima. Posebna priča su *onlajn* (mrežni) alati koji su vezani za razvoj i primjenu interneta, svjetsku mrežu računara i informacionih tehnologija koje uglavnom odlikuje izrazita funkcionalnost na polju komunikacije, sa neprikladnim parametrima dostupnosti i brzine. Mrežni alati su, kada se govori o internetu, administrativni programerski alati (softveri) dizajnirani da prikazuju informacije i služe korisnicima na različitim lokacijama.



## Alati za vođenje biznisa

U poslovnom svijetu, svijetu biznisa, za *onlajn* alate smatraju se oni koji doprinose razvoju sektora marketinga putem društvenih medija, oni koji se tiču grafičkog dizajna – upotrebe programa i aplikacija za usavršavanje funkcionalnosti u smislu izgleda i plasmana proizvoda, alati za kreiranje internet prezentacija (*landing pages*) i izgradnji lista prijemnika elektronske pošte, takođe u vezi sa marketingom, zatim i niz *onlajn* alata za potrebe projektnog menadžmenta, dijeljenje dokumenata, komunikaciju i sastavljanje rasporeda, *vebinara* (*onlajn* sastanaka) koji su preuzeli ulogu tradicionalno organizovanih seminara, kao i za potrebe vođenja finansija i plaćanja.

Svi novi preduzetnici, kao i oni stari, traže lakše načine za vođenje svog biznisa, što obično znači efikasnost na nivou utroška vremena i novca. Na ovom planu, najbolje investicije su u polju savremenih tehnologija, upravo u *onlajn* alatima kojih je sve više, sve su dostupniji i jednostavniji za korisnike.

Trenutno postoji na stotine, ako ne i hiljade takvih alata. Mnogi od njih imaju cijenu, ali ima ih i besplatnih. U premijum i osnovnim verzijama. Jednostavnim istraživanjem, takođe *onlajn*, na internetu, može se dobiti praktično bezbroj informacija o ovoj temi, bilo da je riječ o potrebama za istraživanje tržišta, *imejl* komunikaciji, marketingu, prodaji, organizaciji *vebinara*, pravljenju biznis plana, kreiranju vizuelnih materijala i sl.

**Designhill** je, na primjer, trenutno vodeća platforma za mala i srednja preduzeća kojima treba raznovrsnost i lakoća u kreiranju dizajnerskih rešenja, bilo da je riječ o logou, brošurama, *vebsajtovima*. Na ovoj platformi može se dobiti mnoštvo ideja, ali i unajmiti profesionalni dizajner. **PicMonkey** nudi nešto suženiji obim usluga kada je riječ o kreiranju vizitkarti ili flajera, čak i potpuno besplatno. **Penji** je softver koji je poznat kao veoma jednostavan i koristan za *start up* preduzeća, blogere, agencije i sve one koji imaju konstantnu potrebu za grafičkim rešenjima. U ovoj kategoriji se nalazi i **Canva**.

**Edgar** je jedan od popularnijih alata kada je riječ o promovisanju

poslovnih sadržaja na društvenim mrežama. **Hootsuite** se nudi kao odličan izbor za kontrolu više naloga na društvenim mrežama sa jednog mjesta, uz pripadajuću analitiku. Slične usluge nudi **Buffer**, dok **Missingletr** kampanju na društvenim mrežama vodi potpuno automatski kako bi se u poslu mogli koncentrisati na druge aspekte rada.

**Upwork** spada u grupu *onlajn* poslovnih potencijala sa ponudom iz domena ljudskih resursa. Preciznije, ovo je mjesto putem kojeg preduzeća mogu da stupe u kontakt i uposle vješte i već prekaljene radnike sa iskustvom programiranja, pisanja, *vebdizajna*... Stvar funkcioniše tako da poslodavac oglasi šta traži, a **Upwork** zauzvrat šalje listu kandidata. **Fiverr** je još jedna slična platforma, na kojoj se veoma jeftino može pronaći obučena radna snaga za mnoge od poslova ne samo iz domena informacionih tehnologija, neophodnih u današnje vreme.

**Shopify** je varijanta *onlajn* alata koja omogućava preduzećima da u okviru svog internet sajta otvore digitalne prodavnice. Ovaj servis omogućava i usluge sortiranja, inventarisanja, narudžbi i plaćanja, što je praktično cjelokupan menadžment prodavnice u virtuelnom svetu. **Infusionsoft** bi mogao da se pridoda ovoj grupi kao pomoćno sredstvo za marketing i prodaju. **Stripe** takođe pomaže poslovanju čije se usluge naplaćuju putem interneta. **Gumroad** je posebna cjelina softvera za prodaju proizvoda sa mogućnošću lake instalacione nadgradnje na postojećim *sajtovima*. Ovaj softver omogućava lijep, lak i jednostavan proces kupovine za korisnike. Besplatan je za postavljanje i održavanje, uz napomenu da se njegova upotreba naplaćuje sa pet odsto cijene svake transakcije.

## Lakše poslovanje

Kada se govori o digitalnoj revoluciji u poslovnoj industriji *onlajn* alatima, ne treba previdjeti i neke od osnovnih i najšire rasprostranjenih. Čak i u ovom tekstu još na početku je spomenuto pretraživanje interneta. Iako su razvijeni i mnogi drugi, **Google** je i dalje

najrazvijeniji i ubjedljivo najrasprostranjeniji. U svom poslovanju, ova kompanija ima globalni uticaj i položaj, istina često posmatran i kao monopolistički, što ne umanjuje njegovu svrsishodnost u poslovnom svijetu i njegovom okruženju. **Google** je, osim svog odavno poznatog pretraživača, u međuvremenu razvio i niz drugih *onlajn* alata, kao na primjer paket nazvan **G Suite**. Ovaj paket sadrži **Gmail**, **Google Docs**, **Google Spreadsheets**, **Google Calendar** i **Google Drive**, uslužne alate bez kojih je danas gotovo nezamislivo poslovanje bilo koje kompanije. Zatim, **Google Analytics**, poznat kao alat koji pomaže u praćenju i analizi internet saobraćaja. Njegov najveći kvalitet je što pruža uvid u posjete na internet sajtu, korisne za dalju razradu forme, sadržaja i poslovne strategije. S ovim u vezi mogao bi da se spomene jedan specifičan alat, zapravo dodatak **Gmail** servisu elektronske pošte, nazvan **Rapportive**. On u *inboks*u korisnika pokazuje njegove veze i detalje kontakata, tako da mogu da se vide slike i lokacije ljudi s kojima se komunicira. Takođe, **Rapportive** „prijavljuje“ njihovu povezanost na društvenim mrežama, tako proširujući opseg mogućih strategija u poslovnom nastupu. Ovome u prilog ide i servis nazvan **Google Trends**, koji prikazuje kako su specifične fraze i ključne riječi pretraživane u određenom periodu, omogućavajući promjenu marketinške strategije i nastupa.

Ako je promjena u načinu komunikacije i ovdje apostrofirana kao glavna odlika digitalne transformacije društva, poseban akcenat treba staviti na *onlajn* alate vezane za ovu suštinsku kariku svakog, pa i poslovnog odnosa. Više ne treba ni napominjati kako je globalna upotreba interneta premostila razne geografske, pa i političke prepreke, a u aktuelnoj pandemiji virusa **Covid-19** i nemogućnost živih susreta i kontakata uslijed žestokih mjera sprečavanja širenja zaraze, među kojima je još uvijek aktuelan i takoreći srednjevjekovni karantin. Sfera ekonomije je upravo zahvaljujući novim vidovima komunikacije i u poslovnim odnosima zadržala svoju vitalnost i obezbijedila opstanak.

Kao što je radio smijenila televizija, telefon u istoriju poslao telegraf,

# I-PLATFORMA

i-platforma (Dijaspora za razvoj Bosne i Hercegovine) je projekat organizacije i-dijaspore i osnovana je uz podršku Vlade Švajcarske, sa strateškim partnerom u Švajcarskoj agenciji za razvoj i saradnju (SDC). Povezujući ljude porijeklom iz Bosne i Hercegovine u Švajcarskoj sa ljudima u matici, okupljajući ih i razmjenjujući informacije, podstičući sinergiju, i-platforma ima cilj da podrži i promoviše razvoj društva, ekonomije i kulture u Bosni i Hercegovini.

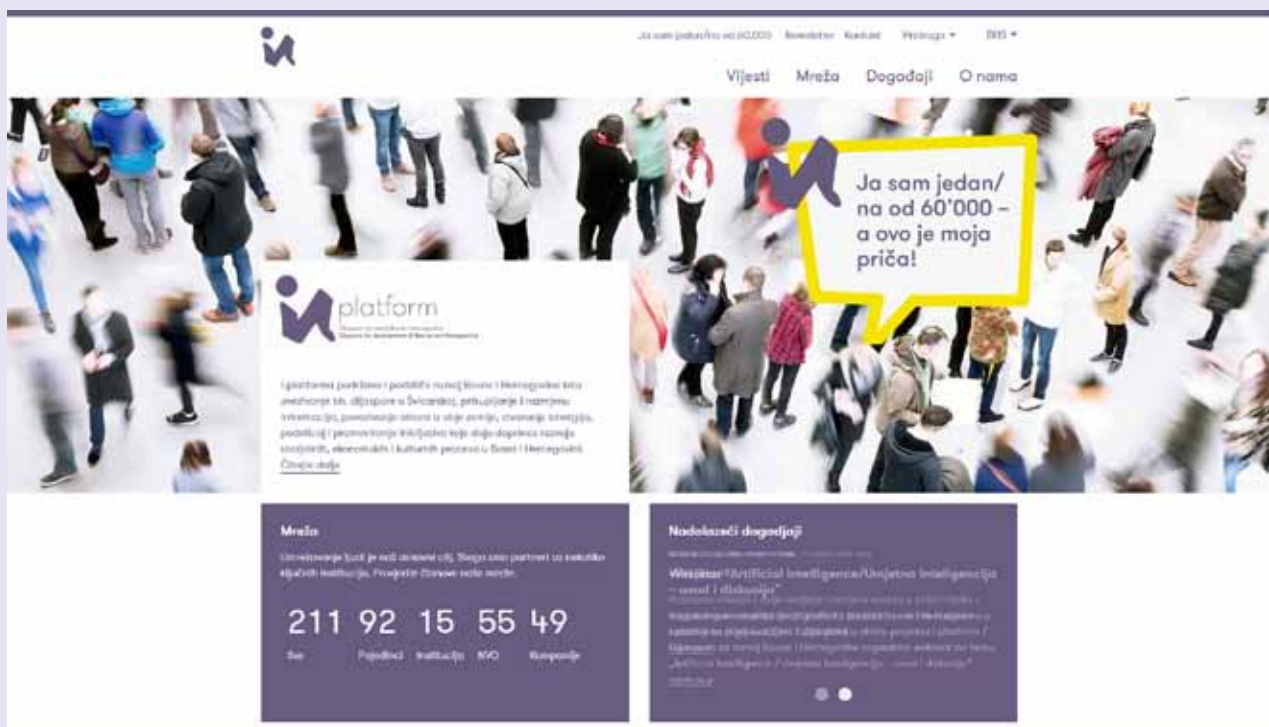
Razlog da Vlada Švajcarske osnuje ovu asocijaciju bio je u činjenici da u dijaspori Bosne i Hercegovine leži ogroman potencijal za uspostavljanje saradnje korisne za obje zemlje, posebno u oblastima ekonomije, nauke, obrazovanja i kulture. Iako od ranije postoje inicijative i oblici saradnje u najrazličitijim sektorima, istraživanja su pokazala da su potencijali i resursi ovakve saradnje mnogo veći, pogotovo u domenima znanja, iskustva, profesionalnih sposobnosti i već uspostavljenih mreža u drugim državama koje su nedovoljno povezane, koordinisane, pa samim tim i neiskorišćene.

Po podacima Ministarstva za ljudska prava i izbjeglice Bosne i Hercegovine, oko dva miliona ljudi iz ove zemlje živi u inostranstvu. U poređenju sa drugim evropskim državama, Bosna i Hercegovina, proporcij

onalno broju stanovnika, ima najviše državljana koji žive van zemlje.

Njihova vezanost za maticu evidentirana je kroz statistički podatak da oni godišnje šalju oko dva miliona dolara, uglavnom privatne finansijske pomoći porodicama i prijateljima. Po podacima Svjetske banke, to je 13 odsto ukupnog bruto domaćeg proizvoda (BDP), što može da ilustruje koliki potencijal bi ovako uloženi novac imao u privredi.

Istraživanja iz Švajcarske od 2012. do 2014. sa Univerziteta u Nojšatelju pokazala su da 60.000 imigranata iz Bosne i Hercegovine živi, radi i školuje se u Švajcarskoj. Ista studija pokazala je da postoje tri migraciona talasa kad je riječ o doseljenicima iz Bosne i Hercegovine u Švajcarsku. Prva dva su iz šezdesetih i osamdesetih godina prošlog vijeka, uglavnom u vezi sa ekonomskim razlozima, dok je posljednji, iz devedesetih, vezan za rat. Većina ih živi u kantonima Sent Galen, Cirihi, Vaud, Lucern, Bern, Ticino. Ova dijaspora je veoma heterogena, čak se može reći da ih ima tri, podijeljene po etničkoj i religijskoj pripadnosti. Sve su, ipak, izrazito dobro integrisane unutar švajcarskog društva, istovremeno igrajući veliku i važnu ulogu u svojoj domovini, zbog čega se Vlada Švajcarske i odlučila da produbi i intenzivira obostrano korisnu saradnju.



može se reći da su poštu u 21. vijeku skoro potpuno smijenila digitalna, elektronska pisma. Kao jeftiniji i brži, takozvani imejl je danas najčešći i najuobičajeniji vid poslovne komunikacije, pa ne čudi što su mnogi *onlajn* servisi i alati posvećeni upravo ovom fenomenu. Evo nekolicine zgodnih alata u ovom polju.

**ConvertKit** upravlja *mejling* listama, sa mogućnošću da se uspostavi režim automatizovanih odgovora kako se ne bi gubilo vrijeme potrebno za sastavljanje sličnih ili čistih pisama. Vrlo je jednostavan za korišćenje. **MailChimp** važi za još jedan sjajan alat za upravljanje poslovnim sistemom imejla. Jake karakteristike su mu u marketinškim svrhama, a koriste ga stotine renomiranih kompanija širom svijeta. **MailGenius** je besplatni alat za testiranje elektronske pošte protiv *spam* poruka – pisama koja se bez saglasnosti šalju na veliki broj adresa. Ovaj alat može da testira i pisma koja korisnik šalje svojim kontaktima, kako ne bi završila u elektronskim fasciklama u elektronskim poštanskim sanducima, namijenjenim *spamu*. To bi značilo da bi postojala velika vjerovatnoća da ne bi nikada ni bila otvorena i pročitana.

## Komunikacija - Umrežavanje

Telefon je takođe jedna kategorija komunikacije koja je doživjela ogromnu transformaciju u posljednjih dvadeset godina. Od fiksnih, preko mobilnih, danas se koriste pametni telefoni, koji su više pokretni računari nego proste sprave za razgovor sa sagovornicima. Paralelno sa njima, razvijane su *onlajn* „telefonske“ linije i uređaji, razvojem internet protokola za prenošenje glasa, a zatim i videa. Brzina i kvalitet usluge isprva nisu bile na zavidnom nivou, ali zato sada nema tog telefonskog operatera koji može da se takmiči sa njima, među kojima je trenutno najbolje ocjenjen **Zoom**.

Ova kompanija se ponosi izuzetnim kvalitetom slike i zvuka, jednostavnošću i masovnošću upotrebe **Zoom** softvera. Za najveće postignuće smatraju to što su „natjerali“ da ga koriste i najtvrdokorniji skeptici u pogledu novih tehnologija, oni čiji je strah izazivala komplikovanost sličnih alata.

Sada je dovoljno imati uređaj sa *web*-kamerom, kliknuti link i pridružiti se *onlajn* razgovoru ili konferencijskom sastanku. Pri tome, **Zoom** je potpuno besplatan servis!

Prije nego što je **Zoom** usavršio svoj softver, najpoznatiji i najrasprostranjeniji oblik *onlajn* komunikacije bio je **Skype**. Besplatni glasovni i video pozivi bili su nagovještaj revolucije u ovom polju. **Skype** je trenutno u vlasništvu Mikrosfta koji se takmiči za vodstvo u tehnologiji nazvanoj **VOIP** (*Voice Over Internet Protocol*). Međutim, Mikrosft ne bi bio ono što jeste da nije razvio novi paket usluga i alata nazvan **Mikrosft 365**, u okviru kojeg je za poslovne ljude posebno značajan takozvani **Microsoft Teams**. Upravo rad na daljinu, posebno aktuelan u vrijeme koronavirusa, produktivnost i timski rad, upravljanje poslovanjem, bezbjednost i usaglašenost, osnovne su mogućnosti koje se nude korisnicima.

**Microsoft Teams**, osim potpune kompatibilnosti sa Mikrosft operativnim sistemima, preduzećima i njihovim saradnicima nudi platformu koja kombinuje kanale za komunikaciju, video sastanke, prostor za smještanje podataka i potpunu integraciju aplikacija koje pomažu u obavljanju djelatnosti. Ova platforma je napravljena i lansirana na hakatonu u Njujorku, 2017. godine i vrlo brzo je doživjela sveopštu afirmaciju u svijetu biznisa. Kompanije koje imaju manje timove, raštrkano osoblje ili razvijaju međunarodnu saradnju u ovom alatu imaju gotovo idealan balans između potreba i njihovog najefikasnijeg zadovoljenja. Niše za male grupe, „utišani sati“, sinhronizovani rad na dokumentima, samo su neke od osobina koje su dale vidljive rezultate za brojne korisnike.

U pogledu još nekih aktuelnih alata za vrijeme koje je pred nama treba spomenuti **Slack**, još jednu kolaborativnu platformu koja je glavni takmac Mikrosftovim nastojanjima da budu još bolji. Baziran na *cloud* principu, **Slack** svojim korisnicima nudi internu komunikaciju među zaposlenima, sve na jednom virtuelnom mjestu.

Od društvenih mreža gotovo da je nepotrebno spominjati **Facebook**, ali treba napomenuti da je i ova kompanija u posljednje vrijeme uvidjela

svoj poslovni potencijal pa je preko raznovrsnih servisa ponudila i preduzetnicima ogroman potencijal za komunikaciju i marketing. **Telegram** je manje poznat široj javnosti, ali je veoma korisna komunikaciona platforma/aplikacija, sa velikim protokom i brzinom podataka, mogućnošću osnivanja višenamjenskih grupa, dijeljenju dokumenata itd.

Priča o poslovnim *onlajn* alatima ne bi bila potpuna kada ne bismo spomenuli **LinkedIn**. Riječ je o poslovnoj mreži pokrenutoj početkom dvijehiljaditih, kako bi se bolje povezali poslodavci i oni koji traže posao. Nešto poput **Facebooka** u privatnoj sferi, **LinkedIn** svojim korisnicima pruža u kompetitivnom, biznis okruženju. Promocija profesionalnih sposobnosti, njihovo usavršavanje, informisanje, razmjena iskustava, povezivanje, sve su neizostavni atributi bez kojih je poslovanje u savremenom okruženju gotovo nemoguće zamisliti.

**Meetup** važi za odličan izbor kada je riječ o pronalaženju kontakata za razvoj *onlajn* biznisa. Umreženi događaji i niše za specifične teme i oblasti glavna su karakteristika ovog informatičkog komunikacionog softvera. **Basecamp** je ocjenjen kao veoma koristan softver za komunikaciju i rad na projektima u šta mogu da se uključe i klijenti. **Webinar Jam** služi za emitovanje događaja putem **YouTubeLive**, **FacebookLive**, čak i vlastitih *web* platformi. **Chanty** je još jedan jednostavan i prilično omiljen *onlajn* alat u svijetu savremenog poslovanja, sa mogućnostima tekstualne, glasovne i video komunikacije, dijeljenja onoga što se ima na ekranu, bez ograničenja poruka u besplatnoj verziji.

I sve je više ovakvih stvari. Sve više programera radi na razvoju *onlajn* platformi, servisa i alata kako bi budućnost, u ma kom dijelu svijeta ili čak svemira se nalazili, uvijek bila svijetla, uprkos mračnim okolnostima.

Nikola Burić,  
izvršni direktor i-platforma

Dijaspora za razvoj  
Bosne i Hercegovine



# Prednosti arbitražnog rješavanja sporova



**A**rbitraža, kao jedan od alternativnih načina rješavanja sporova, u svijetu globalizacije, investiranja u svjetskim razmjerima ubrzanog života a time i potrebe za brzim donošenjem odluka, postaje sve primamljivija poslovnoj zajednici kao način rješavanja sporova.

Njene prednosti su niža cijena (u konačnici su ukupni troškovi niži nego vođenje sudskih sporova), brzina rješavanja spora (a u ovo digitalno vrijeme najskuplje je vrijeme) te pravomoćnost i izvršnost presude. Arbitraža je u principu jednostupanjnska.

Arbitražni sud pri Vanjskotrgovinskoj komori BiH, kao institucionalna međunarodna arbitraža, egzistira još od 1998. godine. Naime, Zakonom o Gospodarskoj komori Bosne i Hercegovine, a kasnije Zakonom o Vanjskotrgovinskoj komori Bosne i Hercegovine (član 20.) utvrđeno je da se pri Komori organizira Arbitražni sud pred koji gospodarski subjekti mogu iznositi međusobne sporove u skladu sa zakonom, radi sporazumnog rješavanja tih sporova, posredovanjem ili odlučivanjem o tim sporovima, ako stranke ugovore nad-

ležnost ovog suda.

Detaljnije odredbe o organizaciji, načinu rada i slično uređene su Pravilnikom o organizaciji i radu Arbitražnog suda iz 2003. godine. Navedeni pravilnik objavljen je u „Službenom glasniku BiH“, broj: 39/03 od 19. 12. 2003. godine.

## Pravni okvir

Bosna i Hercegovina nema poseban zakon o arbitraži (kao naši susjedi), već se arbitražno rješavanje sporova regulirala zakonima na nivou entiteta i Brčko distrikta BiH pa možemo reći da su temeljni zakonski propisi koji reguliraju arbitražno rješavanje sporova:

- Zakon o parničnom postupku Federacije BiH („Službene novine FBiH“, broj: 53/03, 73/05, 19/06 i 98/15), čl. 434. – 453.
- Zakon o parničnom postupku Republike Srpske („Službeni glasnik RS“, broj: 58/03, 74/05 i 63/07, 61/13), čl. 434. – 453.
- Zakon o parničnom postupku Brčko distrikta BiH („Službeni glasnik Brčko distrikta BiH“, broj: 28/2018),

čl. 413. – 432.

Arbitraža je istovjetno ili skoro istovjetno riješena (harmonizirani propisi) u sva tri navedena zakona o parničnom postupku, što predstavlja solidan pravni okvir za njenu primjenu.

Bosna i Hercegovina je, temeljem sukcesije, preuzela i Konvenciju o priznanju i izvršenju inozemnih arbitražnih odluka (tzv. Njujoršku konvenciju), uz tri rezerve, i to: 1. priznaju se i izvršavaju samo arbitražne odluke donijete u drugoj zemlji potpisnici ove konvencije; 2. priznaju se i izvršavaju samo sporovi koji se prema domaćem (BH) pravu smatraju trgovačkim i 3. na retroaktivnu primjenu Konvencije, odnosno priznaju se i izvršavaju samo one arbitražne odluke donijete u drugoj zemlji potpisnici nakon stupanja Konvencije na snagu.

## Mogućnosti primjene alternativnog rješavanja sporova

Naša zemlja je u procesu prilagođavanja svog gospodarskog i pravnog sustava sustavima Europske unije, što podra-



zumijeva nove gospodarske odnose i pritisak, odnosno utjecaj svjetskog gospodarskog sustava, što sve više zahtjeva uvođenje i alternativnih načina rješavanja sporova od kojih je najpoznatija arbitraža. To se posebno donosi na investicione projekte, koncesije, tržište električne energije, financije i korporativno poslovanje.

Općepoznato je da se sporovi pred redovnim sudovima vode jako dugo i da su skupi, bez obzira da li se vode pred sudovima u BiH ili u inozemstvu.

## Prednosti arbitražnog rješavanja sporova

Razlozi za izbor arbitraže su, pored pretrpanosti redovnih sudova, i brzina i relativna jeftinoća postupka - između ostalog i zbog mogućnosti da se brže nego pred državnim sudom dobije pravomoćna i izvršna presuda, budući da protiv arbitražne odluke nisu dopušteni redovni pravni lijekovi te da je arbitražni postupak u principu jednostupanjski i nejavan. Najčešće se radi o stranama u sporu koje ne žele prekinuti međusobnu suradnju ali žele što prije i jeftinije riješiti nastali spor.

U osnovi, kada se govori o alternativnim metodama rješavanja sporova, prvenstveno se misli na arbitražu, kao najpoznatiji način alternativnog rješavanja sporova. Prednost arbitraže u odnosu na posredovanje i mirenje (koje su brže i jeftinije i u odnosu na arbitražu) jeste arbitražna presuda koja obavezuje stranke u sporu i ima snagu pravomoćne sudske presude.

**VRLO JE BITNO ISTAČI DA JE** Arbitražni sud samostalan i VTKBiH samo vrši opći nadzor nad administrativnim i materijalnim poslovanjem Arbitraže i osigurava materijalna sredstva za rad i vršenje njene funkcije.

Administrativne troškove rada Arbitraže i honorare arbitru (arbitrima) snose strane u postupku.

Također, postoje i liste arbitara (za unutarnju i međunarodnu arbitražu), s tim da je stranama u sporu dana mogućnost imenovanja i arbitra izvan liste arbitara, pod uvjetom da zadovoljava kriterije za arbitra. Ovaj način izbora arbitra (tzv. otvorena lista) daje mogućnost svakoj strani u postupku da predloži arbitra za kojeg vjeruje da će



PREMA NAŠIM SAZNANJIMA, SUDOVI RESPEKTIRAJU ARBITRAŽNU KLAUZULU I PREDMET S ARBITRAŽNOM KLAUZULOM ODBACUJU, PROGLAŠAVAJUĆI SE NENADLEŽNIM.

na najbolji način riješiti spor.

U posljednjih nekoliko godina broj arbitražnih postupaka se povećao, uz napomenu da se većina sporova vodi (vodila) prema ugovorima potpisanim do 2015. godine.

Prema našim saznanjima, dosadašnja iskustva su izuzetno dobra: postupak je kraći, jeftiniji, manje formalan, uz zagarantiranu diskreciju itd.

Stranke su te koje biraju materijalno pravo, određuju pravila postupka, čak mogu i ugovoriti suđenje po pravičnosti, ne mogu se ulagati pravni lijekovi i slično.

Možda upravo iz navedenih razloga, arbitri ulažu dodatni napor prilikom vođenja arbitražnog postupka, kao i prilikom donošenja arbitražne odluke, jer su svjesni činjenice da nema „pravog“, odnosno nema više instance koja će korigirati eventualnu grešku suda. To je vjerojatno i razlog zbog čega i stranke koje, uvjetno govoreći, izgube spor, u principu budu zadovoljene načinom vođenja arbitražnog postupka.

Prema iskustvima zemalja u okruženju i većine europskih zemalja, institucionalne arbitraže su formirane pri trgovačkim, gospodarskim komorama, jer je institucionalna arbitraža jeftinija za stranke, ima svoju organizaciju, pravila rada, široku paletu stručnjaka kao arbitara, od sveučilišne, poslovne, prav-

ne i sudske zajednice, što joj omogućava bolje korištenje kako materijalnih tako i ljudskih resursa.

U ovom momentu, imamo pet aktivnih predmeta, i to dva u kojim sudi Arbitražno vijeće, a u ostalim je arbitar pojedinac.

U posljednjih nekoliko godina Arbitražni sud je počeo dobivati veći broj predmeta – što je razumljivo. Prvo se arbitraža kao alternativni način rješavanja sporova morala propagirati, pa nakon toga ugovarati arbitraža, pa da dođe do spora i na kraju se pojavljuje Arbitražni sud.

Vrijednost spora ide od 40.000 KM pa preko 11.000.000 KM.

Sada se vodi predmet pokrenut tužbom, a u međuvremenu je podnesena protutužba.

Prilikom ugovaranja arbitraže, preporučuje se članovima Komore kontaktiranje Službe za pravne poslove, iz preventivnih razloga, točnije zbog dobivanja praktičnih savjeta (naprimjer, ugovaranje arbitraže koja je izvan BiH, troškovi arbitraže su jako skupi, plaćanje odvjetnika koji zna jezik ili pored odvjetnika plaćanje i prevoditelja itd.).

Vesna Tokić

# Online brokerage događaji - platforme za poslovno povezivanje

U vrijeme pandemije uzrokovano virusom COVID-19, Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine se susreće sa različitim izazovima. Jedan od njih je kako omogućiti kontinuitet učešća bh. firmi na brokerage događajima i poslovnim misijama (trade missions), naročito iz ugla koordinatora BITNET konzorcija kojeg vrši VTKBiH u okviru Evropske preduzetničke mreže (Enterprise Europe Network – EEN).

Brokerage događaji (events), poznati i kao poslovni „speed dating“, uglavnom se organizuju u okviru internacionalnih događaja poput konferencija i sajmova. Na jednom mjestu se organizuju poslovni ljudi (b2b) ili organizacije (b2i) s ciljem pronalaska poslovnih partnera, a u svrhu internacionalizacije svog poslovanja. Jedno od rješenja za bh. firme u novonastaloj situaciji VTKBiH je pronašla u virtualnom poslovnom povezivanju preko online platformi koje omogućavaju virtualne internacionalne poslovne b2b susrete, i to na jedan brz i efikasan način.

Vanjskotrgovinska komora BiH je kao koorganizator već učestvovala na nekoliko takvih online događaja. Jedan od njih je „Textile Connect Virtual Matchmaking“ (sektor tekstila), održan u periodu od 4. do 8. 5. 2020. U okviru tog virtualnog događaja organizovani su poslovni susreti Evropske mreže preduzetništva iz Švedske – Almi Företagspartner Jönköping AB. Zemlje učesnice na poslovnim susretima, pored Bosne i Hercegovine, bile su Italija, Latvija, Portugal, Španija, Mađarska, Poljska, Moldavija, Litvanija, Ukrajina itd. Ukupno je bilo 33 učesnika, a održano je 544 poslovnih sastanka. Na osnovu dostavljenog anketnog upitnika, bh. firme su izrazile zadovoljstvo brojem ostvarenih kontakata preko online platforme. Neke bh. firme su ubrzo nakon sastanaka poslale uzorke svojih proizvoda i očekuju povratne informacije. Ono što je zaista prednost, a što su bh. firme već primijetile, su dobro konceptualno osmišljenje online platforme, što omogućava poslovno povezivanje na jednostavan način, bez dodatnih troškova putovanja u ugodnosti svog ureda ili doma. Platforma obezbjeđuje dodatnu mogućnost komunikacije sa ostalim učesnicima prije početka samog događaja.

Vanjskotrgovinska komora je bila suorganizator događaja iz sektora građevinarstva pod nazivom „Qatar Virtual Matchmaking Event“ održanim 7. 7. 2020. godine. Na događaju su učestvovala 534 firme i održano je 279 sastanaka. Iz Bosne i Hercegovine učešće je uzelo 8 firmi. U toku je anketiranje za navedeni događaj.

U toku je priprema online konferencije i poslovnih susreta „CONNECTO 2020“ koji će se održati od 28. do 30. 7. 2020. Glavni organizator je INTERA Tehnološki park iz Mostara, uz suorganizaciju Vanjskotrgovinske komore BiH i drugih partnera i organizacija, a sve opet u okviru Evropske preduzetničke mreže.



## Neke od prednosti virtualne platforme zbog kojih se sve više bh. firmi opredjeljuje za učešće na online poslovnim susretima:

- brza online registracija
- kreiranje individualnih profila uz mogućnost postavljanja fotografija
- mogućnost uvida u profile prijavljenih učesnika i firmi
- jednostavno online podnošenje zahtjeva za B2B sastanke potencijalnim poslovnim partnerima
- zakazivanje sastanaka sa ljudima sa kojima dijelite zajedničke sfere interesovanja
- svaki učesnik prije događaja dobija precizan raspored održavanja sastanaka

Sektori koji će biti zastupljeni na poslovnim susretima „CONNECTO 2020“ su:

- proizvodnja, digitalne usluge i turizam
- ITC i telekomunikacije
- proizvodi i poluproizvodi (metal, drvo, plastika)
- usluge inženjeringa, projektovanja i savjetovanja
- građevinarstvo
- industrijski i građevinski alati i mašine
- poljoprivreda, hrana i vinarstvo
- turizam, sport i rekreacija
- drugi sektori

Prijave se mogu izvršiti na linku:  
<https://connecto-2020.b2match.io/>.

Mersiha Selimović

## Usluge EEN mreže su provjerene, brze i besplatne

### Poštovani čitaoci,

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

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

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

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

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

### Partneri BITNET konzorcija u Federaciji Bosne i Hercegovine



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





Evropske preduzetničke mreže u Federaciji Bosne i Hercegovine

# Aktivnosti i rezultati BITNET konzorcija

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.

**M**reža je aktivna u preko 60 zemalja svijeta, uključujući sve države članice EU. Više od stotinu konzorcija 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)) sačinjavaju sljedeće organizacije:

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je koordinator BITNET

konzorcija EEN mreže u Federaciji Bosne i Hercegovine, kojeg čine i sljedeći partneri: Sarajevska regionalna razvojna agencija (SERDA), Univerzitet u Sarajevu (UNSA), Tehnološki park Mostar, Zaklada za inovacijski i tehnološki razvitak (INTERA), BIT centar Tuzla, Zenička razvojna agencija (ZEDA) i Razvojna agencija Unsko-sanskog kantona (RAUSK).

BITNET Konzorcij je organizovao **18 lokalnih/regionalnih događaja**,

ponovo pokrivši cjelokupno područje Federacije Bosne i Hercegovine. Glavne oblasti obuhvaćene navedenim događajima bile su: pristup finansijama, pravna i finansijska pitanja, instrumenti podrške EU (seminar/radionica), kao i EEN info dani. U tom bismo smislu istakli postojeću dobru regionalnu saradnju sa EBRD-om, koja se nastavlja i u ovom projektnom periodu, što je rezultiralo organizacijom događaja pod nazivom „Pristup finansijama“, gdje je EBRD bio jedan od koorganizatora događaja.

Konzorcij BITNET dostigao je broj od **545 učesnika** na regionalnim/lokalnim događajima, čime je planirani broj povećan za **173%**. BITNET je organizovao i 30 posjeta kompanijama.

## Udvostručen broj polaznika

Prepoznavši Evropsku preduzetničku mrežu kao izvrsnog pružaoca usluga, pokazalo se da je broj korisnika udvostručen u odnosu na prethodno razdoblje. Jedan od temelja aktivnosti Mreže u izvještajnom periodu bila je direktna komunikacija s klijentima i efikasno postavljanje ciljeva.

Podrška start-up preduzećima i pokretanju obima integrisana je u naše aktivnosti pružanjem usluga i aktivnosti koje su se bavile sljedećim temama: zakonodavstvo, politike EU, mogućnosti finansiranja iz EU, agencijske usluge, zastupničke usluge i organizovani kursevi za web programiranje za mala i srednja preduzeća. Pored toga, Konzorcij je pružao individualne savjetodavne usluge podrške predstavnicima MSP-a, ženskom preduzetništvu i preduzetništvu za mlade.

Veliki uspjeh postignut je zahvaljujući uspješnoj organizaciji/suorganizaciji **29 B2B događaja/misija kompanija (sa 486 klijenata)** u saradnji sa ostalim partnerima Evropske preduzetničke mreže u regiji, Turskoj, Austriji, Njemačkoj, Poljskoj i Sloveniji. Na navedenim događajima je održano **868 sastanaka**, što je bilo za **368%** više od planiranog broja.

Ovom prilikom izdvojamo i Samit ženskog leaderskog preduzetništva za jugoistočnu Evropu koji je u aprilu 2019. godine organizovala Regionalna asocijacija poduzetnica „Poslovna žena“, u saradnji sa Vanjskotrgovinskom komorom Bosne i Hercegovine, a uz podršku Kantona Sarajevo, Grada Sarajeva i

Turističke zajednice Kantona Sarajevo. Nakon konferencijskog dijela, a u organizaciji Evropske preduzetničke mreže u Federaciji BiH, u okviru Samita su održani i poslovni susreti bosanskohercegovačkih firmi i firmi iz zemalja regiona. Susreti su organizovani s ciljem pronalaska poslovnog partnera radi sklapanja poslovnih aranžmana o plasmanu proizvoda i usluga na inostrana tržišta. Poslovni susreti su okupili **70 učesnika** iz Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Crne Gore, Srbije i Turske, a održano je preko **120** poslovnih sastanaka.

Izdvojamo i događaj u koorganizaciji Vanjskotrgovinske organizacije Privredne komore Austrije (WKO) - Advantage Austria i Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine (kao koordinatorom Evropske preduzetničke Mreže u FBiH), kada su organizovani međunarodni poslovni susreti pod nazivom „International Machinery and Plant Engineering Forum 2019“, održanom u Beču, u novembru 2019. godine. Na poslovnim susretima prisustvovalo je oko **280** kompanija iz Kine, Turske, Bosne i Hercegovine, Češke Republike, Mađarske, Irana i drugih zemalja, a održano je preko **500** poslovnih sastanaka. Kompanije iz Bosne i Hercegovine su realizovale **55** sastanaka. Navedena konferencija i poslovni razgovori su omogućili kompanijama iz Bosne i Hercegovine da stupe u kontakt sa dobavljačima, kupcima i poslovnim partnerima iz Austrije i 20 drugih zemalja koje dolaze iz industrijskih sektora mašinogradnje, metalne industrije i inžinjeringa.

Pored organizacije događaja, potpisano je **19** ugovora o međunarodnoj partnerskoj saradnji, od čega se njih **17** odnosi na ugovore iz oblasti poslovne saradnje, a dva na istraživanje. Pruženo je **11** paketa savjetodavnih usluga iz različitih oblasti.

## Baza podataka poslovne i tehnološke saradnje

Kada je u pitanju Baza podataka poslovne i tehnološke saradnje i razvoja/istraživanja, pokazan je veliki interes za ponude bosanskohercegovačkih firmi. Razmijenjen je **141** podatak između inostranih i bosanskohercegovačkih firmi u vezi sa uslugama poslovne saradnje.

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

Konzorcij svoje klijente redovno informiše o aktivnostima, planiranim događajima i ostalim aktuelnostima putem internetske stranice, magazina Infokom Vanjskotrgovinske komore BiH, kao i putem ostalih društvenih medija.

Sve aktivnosti iz oblasti programa COSME koje je proveo EEN Konzorcij iz Federacije Bosne i Hercegovine u izvještajnom periodu za 2019. godinu je Izvršna agencija za mala i srednja preduzeća (EASME), koju je osnovala Evropska komisija, ocijenila najvišom ocjenom.

## Horizon 2020

U okviru programa Horizon 2020, čiji se strateški cilj odnosi na jačanje naučnih, istraživačkih i inovativnih kapaciteta kompanija i istraživačkih institucija, Konzorcij je pružao EICM usluge (Enhancing Innovation Management Capacity for innovating SMEs) u okviru kojih se vršila procjena i pružala pomoć malim i srednjim preduzećima u smislu povećanja njihovog kapaciteta za upravljanje inovacijama. Aktivnosti partnerskih organizacija koje su uključene u Horizon 2020 su također ocijenjene najvišom ocjenom (UNSA, INTERA, BIT).

Konzorcij je i u 2020. godini uspješno nastavio svoje aktivnosti, a u novonastaloj situaciji uzrokovanoj virusom COVID-19 Evropska preduzetnička mreža i informatički alati kojima se koristi pokazala se izuzetno efikasnom prilikom pomoći bh. privrednicima u njihovoj internacionalizaciji, od odgovora na upite i pronalazaka poslovnih partnera, do organizacije online B2B događaja i učešća na istim.

*Jadranka Stany*



# Šta donosi njemačko predsjedavanje Evropskom unijom?

**Države članice EU rotiraju se u predsjedavanju Vijećem Evropske unije svakih 6 mjeseci.**

U periodu od 1. 7. do 31. 12. 2020. godine Evropskom unijom, odnosno Vijećem Evropske unije predsjedava Njemačka. Da bi se obezbijedio kontinuitet politike EU, članica Unije koja predsjedava Vijećem treba da uskladi svoje planove aktivnosti sa 2 naredna predsjedavanja EU, odnosno, u ovom slučaju, sa Portugalom (januar-juni 2021. godine) i Slovenijom (juli-december 2021. godine).

Pomenute 3 države članice EU („trio“) postavljaju dugoročne ciljeve i pripremaju zajedničku agendu sa temama i glavnim problemima koji će rješavati Vijeće u periodu od 18 mjeseci. Na bazi usaglašenog programa svaka od navedene 3 države članice EU (predsjedateljice) treba da pripremi vlastiti, detaljniji šestomjesečni program koji će se realizirati u toku njenog predsjedavanja Evropskom unijom. Imajući u vidu navedeno, jasno je da će prioritete koje je postavila Njemačka vrijediti u narednih 18 mjeseci, do kada se očekuje da se zacrtani ciljevi ostvare.

Prioriteti njemačkog predsjedavanja EU će se realizirati pod sloganom

## „Zajedno za oporavak Evrope“

Program njemačkog predsjedavanja se fokusira na 6 glavnih područja:

- 1. dugoročno prevazilaženje posljedica krize izazvane koronavirusom kao i ekonomski i društveni oporavak**
  - poduzimanje mjera za prevazilaženje

društvenih i ekonomskih posljedica COVID-19 pandemije

- osigurati na bazi iskustva iz borbe protiv COVID-19 pandemije da EU bude bolje pripremljena odgovoriti na buduće izazove

## 2. snažnija i inovativnija Evropa

- postizanje suvereniteta Evropske unije u području digitalizacije
- jedinstveno ekonomsko područje EU bez unutrašnjih granica kao temelj EU prosperiteta, socijalne sigurnosti i kohezije

## 3. „fer“ Evropa

- socijalna kohezija, socijalna sigurnost i solidarnost, uključujući jednakost muškaraca i žena, aktivan angažman mladih i promociju civilnog društva

## 4. održiva Evropa

- održiva ekonomija - ambiciozna kli-



- matka i okolinska politika za koju je potrebna ekonomska, tehnološka i društvena transformacija
- održiv razvoj poljoprivrede i ribarstva i održiva ruralna područja
  - zaštita potrošača

## 5. Evropa sigurnosti i zajedničkih vrijednosti

- zaštita individualnih prava i sloboda
- jačanje sigurnosti građana
- reforma migracijske i politike azila - pronalaženje dugoročnih rješenja za migrante i izbjeglice

## 6. snažna Evropa u svijetu

- efikasnija evropska vanjska i sigurnosna politika

Dakle, njemačko predsjedavanje Vijećem Evropske unije će se direktno fokusirati na prevazilaženje COVID-19 pandemije tako što će se boriti protiv širenja virusa, podržati oporavak evropske ekonomije i ojačati socijalnu koheziju u Evropi.

Njemačka vlada će se snažno osloniti na **nauku, tehnologiju i obrazovanje** kako bi pomogla Evropskoj uniji da se izvuče iz depresije uzrokovane pandemijom i učini je snažnijom i u poziciji da se oslanja samo na svoje resurse u globalnoj tehnologiji.

Njemačko predsjedavanje Evropskom unijom je tek počelo a Berlin je već objavio izuzetno ambicioznu listu novih EU projekata u vezi sa **vještačkom inteligencijom, elektronikom, plastikom, digitalnim obrazovanjem** i drugim temama.

Cilj njemačkog plana je snažna, suverena i „otporna“ Evropa. Koronavirus kriza je jasno pokazala da Evropa treba da jača svoj tehnološki i „podatkovni“ suverenitet. Primarni cilj budućeg evropskog istraživanja i razvojnih politika mora da bude održavanje i daljnje proširenje evropskog tehnološkog suvereniteta u ključnim područjima.

Za sve one koji prate tehnološku politiku u Evropi, snažan naglasak na **suverenitetu** je „udarna“ karakteristika njemačkog plana, što je rezultat rastuće brige u Berlinu i drugim glavnim gradovima Evrope s obzirom na to da se ne mogu više oslanjati na „nepouzdanu“ Sjedinjene Američke Države i „zastrašujuću“ Kinu za ključne tehnološke nabavke ili usluge. Njemačka kancelarka Angela Merkel je u Evropskom parlamentu dodatno naglasila ovaj stav rekavši: „Veoma je važno da Evropa uživa

va **tehnološki suverenitet**, a posebno u ključnim područjima poput **vještačke inteligencije, quantum computinga**, kao i u obezbjeđenju **sigurne i pouzdane podatkovne infrastrukture.**”

Njemačka, kao predsjedavajuća Vijeća EU, ne može sama „progurati“ ovaj program, ali će kao najjača tehnološka sila u EU i najveći neto platiša u budžet EU imati najutjecajni glas u pregovorima. Pored toga, Njemačka se pobrinula da predloženu politiku podrže naredni predsjedavajući Unijom u 2021. godini, odnosno Portugal i Slovenija.

Ako bi plan uspio, imajući u vidu tekuću borbu protiv pandemije i EU potrošnje, ovo bi bio najstabilniji kontinuiran politički pravac koji EU nije vidjela godinama, a koji bi implementirala njemačka predsjednica Evropske komisije Ursula von der Leyen.

Plan njemačkog predsjedavanja u području obrazovanja, istraživanja i inovacija uključuje:

1. **„Vještačku inteligenciju“ napravljenu u Evropi** - niz inicijativa za Evropu da postane vodeća svjetska mreža vještačke inteligencije koja podržava transfer vještačke inteligencije u praksu. Posebno značajnu ulogu u ovom smislu bi odigrala Francusko-njemačka istraživačka mreža te bi se kreirala partnerstva u istraživanju i razvoju (R&D) koja bi se kofinansirala iz **Horizon Europe** programa Evropske unije. Horizon Europe je program Evropske unije namijenjen istraživanju i inovacijama za period 2021-2027. godine sa planiranim budžetom od oko 100 milijardi eura (čeka se konačna odluka o budžetu), a nasljednik je Horizon 2020 (2014-2020) programa Evropske unije.

2. **Novi podatkovni „cloud“** koji bi podigao novu Francusko-njemačku mrežu, GAIA-X, na evropski nivo. GAIA-X bi bio način da se odupre dominantnoj poziciji pružaoca „cloud“ usluga iz SAD-a poput Amazona, Microsofta i Googlea. Ovo bi bio tzv. važan projekat od zajedničkog evropskog interesa te bi, shodno tome, ovaj projekat bio, na neki način, izuzet od pravila konkurencije EU s obzirom na to da je u pitanju strateški projekat za Evropsku uniju, a koji se realizira uz podršku vlada država članica EU.

3. **Zajednički evropski projekat za proizvodnju elektronike**, odnosno una-

pređenje ekspertize u području **proizvodnje elektronike**.

4. **„Plastic Pirates“** - vrsta tzv. „citizen science“ kampanje da bi se povezali istraživači, kompanije i mladi sa ciljem smanjenja količine plastičnog otpada. Plan je da ovu kampanju zajedno započnu Njemačka, Portugal i Slovenija.

5. **Odgovor na pandemiju** - nova inicijativa za istraživanje javnog zdravlja koja ima za cilj poticanje „otpornosti“ evropskog zdravstvenog sistema. Ova inicijativa bi uključila interdisciplinarni pogled na efekte COVID-19 i razvoj novih načina suočavanja sa budućim krizama tako što bi uključila eksperte iz cijele Evropske unije.

6. **Digitalno obrazovanje** - ova aktivnost se ne bi odnosila samo na studente nego bi uključila trening za profesore i stručno obrazovanje.

7. **Dinamično i „moćno“ Evropsko istraživačko područje** (European Research Area) - istaknuta je potreba za unaprjeđenjem prekogranične saradnje i koordinacije u Evropi kako bi se ojačalo evropsko istraživačko područje.

8. **Podršku za „Green Deal“** koji ima za cilj da EU postane klimatski neutralna do 2050. godine. Kako bi se ovaj cilj postigao bit će realizirana serija inicijativa za zaštitu okoline i podršku „zelenoj“ ekonomiji.

*Planirane aktivnosti koje bi se trebale realizirati u toku i nakon njemačkog predsjedavanja Evropskom unijom jasno pokazuju kojim putem će ići EU i šta su joj prioriteta, a to će se direktno reflektirati na tematiku projekata koje će u narednom periodu Evropska unija finansirati kroz **IPA III program pretprikladne pomoći u Bosni i Hercegovini i regionu zapadnog Balkana, kao i na druge EU finansirane programe.***

Pripremio: mr. sc. Senad Hromić



# 100

## NAJVEĆIH

U BOSNI I HERCEGOVINI

2020

GENERALNI POKROVITELJ

 **EuroExpress**  
brza pošta



**MORAMO  
NAPRIJED**

SEPTEMBAR, 2020.

# Plutajuća sjedala za učenje plivanja

Sjedala za učenje plivanja su plutajuća pomagala koja se koriste za privikavanje djeteta na vodu i vodeno okruženje, kao preduvjet za učenje plivanja. Sastoje se od tijela na napuhavanje u obliku prstena. U sredini je sjedište s dvije rupe za noge. Namijenjena su maloj djeci, do tri godine starosti, tjelesne mase do 18 kilograma.

Najveći rizici povezani s ovim proizvodima su utapanje i nesreće u kojima može doći do utapanja. Prema podacima Svjetske zdravstvene organizacije, utapanje se ubraja među deset vodećih uzroka smrti djece i mladih. Ostali rizici uključuju rizike koji se odnose na dizajn proizvoda, kao što su zapinjanje ili uplitanje iznad ili ispod površine vode, iznenadni gubitak sposobnosti za plutanje, prevrtanje, šok od hladnoće, kao i rizike povezane s njihovom upotrebom.

Proizvođači su (predstavnik proizvođača, uvoznik) obvezni na tržište stavljati samo sigurne proizvode. Plutajuća sjedala se smatraju sigurnim ako ispunjavaju sigurnosne zahtjeve propisane u standardu BAS EN 13138-3:2016 (EN 13138-3:2014) – Plutajuća pomagala za učenje plivanja - Dio 3: Sigurnosni zahtjevi i metode ispitivanja za plivajuća sjedala koja se nose. Međutim, ne treba pretpostaviti da će standardna usklađenost uređaja otkloniti rizik od utapanja

jer to ovisi i o ponašanju korisnika i o nadzoru. Od ključne je važnosti da se uređaji koriste ispravno i pod stalnim i strogim nadzorom. Osim toga, bitno je da postoji jasna razlika između uređaja namijenjenih očuvanju života i onih koji su namijenjeni samo kako bi se korisniku olakšalo da nauči plivati. Iz navedenih razloga i radi razlikovanja ovih uređaja od igraćaka za vodu, u standard su uključene savjetodavne mjere sigurnosti uključujući označavanje, upozorenja i upute za korisnike.

Sjedalo za plivanje proizvedeno sukladno standardu BAS EN 13138-3:2016:

- osigurava stabilan, plutajući položaj djetetu koje sjedi u plutajućem sjedalu
- ima najmanje dvije odvojene zračne komore
- ima ventile koji garantiraju zatvaranje čak i kada je čep u potpunosti uklonjen
- ima sigurno izvedene otvore za noge (otvori za noge u sjedalima za plivanje moraju biti toliko veliki da se djeca mogu izvući u slučaju prevrtanja)
- ne sadrži elemente igre poput imitacije životinja, strukture automobila, brodova ili druge elemente koji podsjećaju na igračke za vodu
- nema oznaku CE (stavljanje oznake CE predviđeno je samo za one kategorije proizvoda na koje se primjenjuju

posebne direktive koje predviđaju stavljanje oznake CE)









– ima navedene informacije o pravilnoj montaži, skladištenju i održavanju te upozorenja o sigurnom korištenju plutajućih pomagala na jednom od jezika koji su u službenoj upotrebi u Bosni i Hercegovini

Agencija za nadzor nad tržištem Bosne i Hercegovine i nadležne inspekcije entiteta i Brčko distrikta Bosne i Hercegovine su zajednički provele nadzor plutajućih pomagala za učenje plivanja - plutajućih sjedala. Tijekom provedbe nadzora ukupno je kontrolirano devet različitih modela plutajućih sjedala. Utvrđeno je da osam od devet ispitanih modela plutajućih sjedala nije ispunilo propisane sigurnosne zahtjeve. Na osam neusklađenih modela utvrđeno je nepostojanje odgovarajućih informacija, upozorenja i uputa za upotrebu na jednom od službenih jezika u Bosni i Hercegovini. Pored toga, za dva neusklađena modela utvrđeno je da predstavljaju ozbiljan rizik od utapanja jer imaju samo jednu komoru za napuhivanje.

Za sigurnu upotrebu plutajuća pomagala za učenje plivanja moraju biti sukladna težini djeteta i neophodno je odabrati odgovarajuću klasu (A, B, C) pomagala. Na mjestu prodaje ili pakiranjima plutajućih pomagala treba se nalaziti naljepnica sa specifičnim podacima o proizvodu (tabela s klasom plutajućeg pomagala, težinom korisnika i upozorenje: ne štiti od utapanja - upotrebljavati samo pod stalnim nadzorom). U naljepnici na pakiranju, veličina i klasa plutajućeg pomagala mora se označiti znakom √ u odgovarajućem dijelu. U okviru provedbe aktivnosti nadzora zahtijevana naljepnica sa specifičnim informacijama o proizvodu bila je prisutna samo na jednom ispitanom modelu.

*Tekst pripremila:  
Lidija Lovrić, dipl. ing. kem.  
Stručna savjetnica,*

*Agencija za nadzor nad tržištem BiH*

	≤ 11	11 - 15	15 - 18	18 - 30	30 - 60	≥ 60
		√				
						
						
	  					



# Uz pojavu koronavirusa, skok medijskih objava za skoro 200% u martu ove u odnosu na prethodnu godinu

Agencija za praćenje i analizu medija „Kliping BH“ izvršila je poređenje medijskih objava prvog polugodišta tekuće godine sa istim periodom 2019. godine primijetivši da je pojavom koronavirusa došlo i do znatnog povećanja medijskih objava kako na ovu temu tako i na ostale teme u vezi sa Covidom-19.

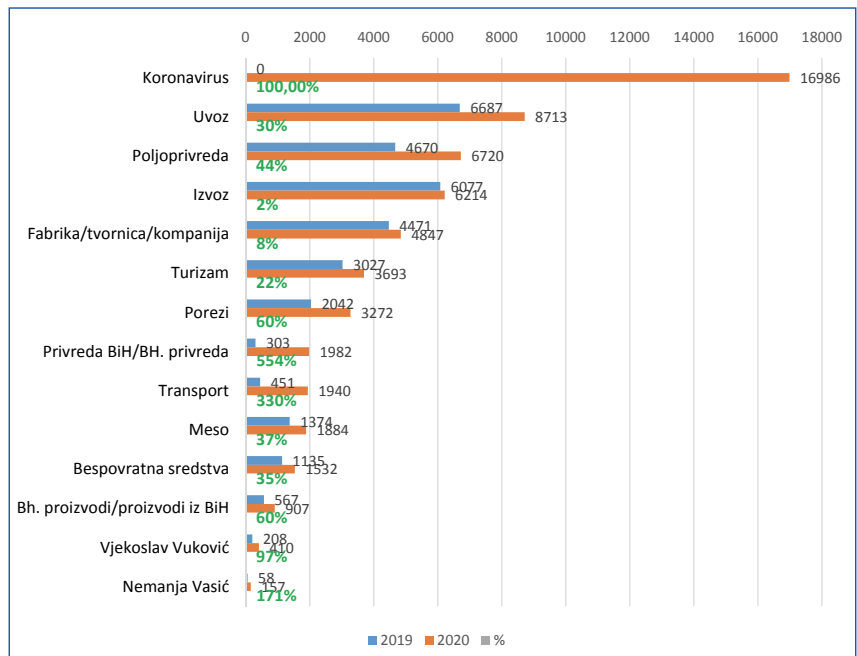
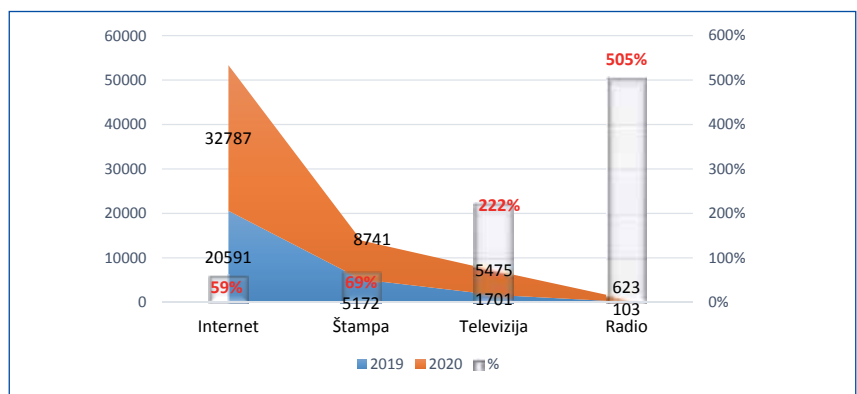
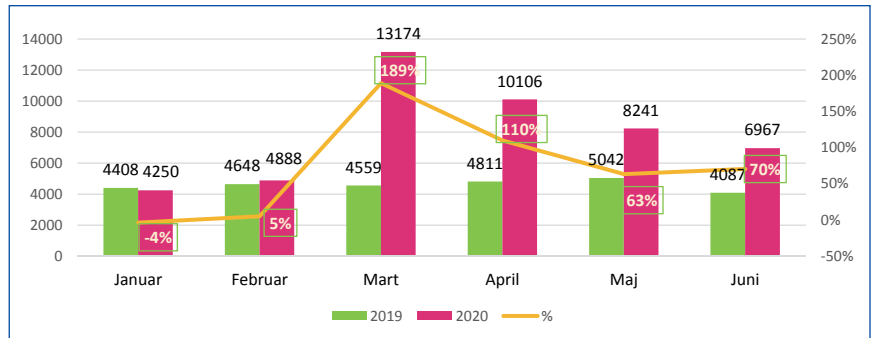
Istraživanje se vršilo na osnovu svih ključnih riječi koje se prate za VTK/STK i obuhvatilo je sve objave u štampanim medijima, internet portalima i elektronskim medijima sa prostora BiH koje agencija „Kliping BH“ ima na listi praćenja.

U periodu od 1. 1. 2020. do 30. 6. 2020. ukupno je registrovano 47.626 objava, što je za 73% više nego u istom periodu protekle godine kada je registrovano 27.555 objava. Najveći skok zabilježen je u martu 2020. (13.174 objava), što je za 189% više nego u martu 2019. godine. Ovoliki skok je uzrokovan pojavom koronavirusa te opsežnim informisanjem javnosti o njegovim posljedicama.

U posmatranom periodu, najveći porast ukupnog broja objava registrovan je na elektronskim medijima, i to na radiostanicama BiH od 505%, nakon čega slijedi televizija sa 222% te štampa sa porastom od skoro 70% i internet od 59%.

Medijskom analizom utvrđeno je da je pojava koronavirusa znatno utjecala na medijsko izvještavanje te da su skoro sve medijske priče bile manje-više u vezi sa virusom i njegovim posljedicama. Shodno tome, a kada su u pitanju pojedinačne teme (top teme), očekivano je najviše objava zabilježeno za ključnu riječ „koronavirus“, i to 16.986 objava u prvom polugodištu ove godine. Ova tema se nije pratila protekle godine, ali je znatno doprinijela povećanju ukupnog broja medijskih objava u praćenom periodu 2020. godine.

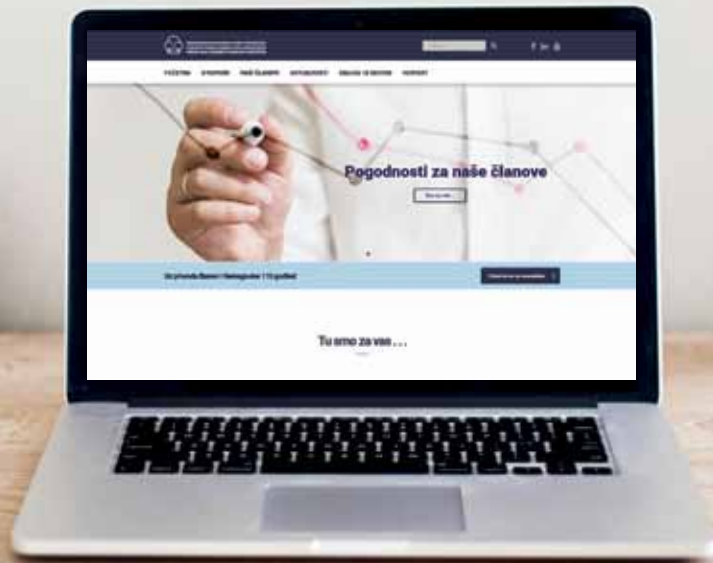
Drugo mjesto koje je okupiralo pažnju novinara jeste tema „Privreda BiH/Bh. privreda“ koja je u praćenom periodu ove godine zabilježila skok od 554%, generirajući 1.982 objave u odnosu na prošlu godinu kada su zabilježene „samo“ 303 objave. Treći sektor koji je značajno osjetio posljedice pandemije jeste „Transport“, o kojem se pisalo za 330% više u poređenju s prošlom godinom.



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



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



# www.komorabih.ba

Nova web stranica Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine omogućava poslovnoj zajednici, ali i svim zainteresiranim građanima, jednostavno praćenje novosti i dešavanja u vezi sa aktivnostima Komore, moderniji prikaz sadržaja, olakšano pretraživanje i pristup informacijama te integraciju sa društvenim mrežama i dijeljenje sadržaja. Na web stranici mogu se pronaći informacije o Komori, njenim nadležnostima i organizacijskoj strukturi, pozivi za sudjelovanje na edukacijama, sajmovima i konferencijama, izvještaji o realiziranim aktivnostima, saradnji sa drugim agencijama i institucijama, analize, direktorij izvoznika, registar kompanija, publikacije, katalozi i drugi korisni i zanimljivi sadržaji.

VTK/STK BiH



ISO 9001:2015  
ISO 14001:2015

Centralni ured u Sarajevu

Branislava Đurđeva 10  
71000 Sarajevo  
+387 33 566 222  
+387 33 214 292  
info@komorabih.ba

Ured u Mostaru

Dr. Ante Starčevića  
88000 Mostar  
+387 36 333 651  
+387 36 314 060  
info@komorabih.ba

Ured u Banja Luci

Vidovdanska 2B, V sprat  
78000 Banja Luka  
+387 51 227 680  
+387 51 227 681  
info@komorabih.ba

# 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, izdala dvojezično izdanje Incoterms<sup>®</sup> 2020.

Incoterms 2020 sadrže pravila MTK-a za korištenje 11 Incoterms trgovačkih termina, uzimaju u obzir najnovija dostignuća u komercijalnoj praksi te ažuriraju i ujedinjuju neka od prethodnih pravila. Incoterms pravila definiraju odgovornost kupaca i prodavaca prilikom isporuke robe na osnovu kupoprodajnih ugovora i utvrđuju kako se cijena i rizici raspoređuju među ugovornim stranama. Stoga su postala dio dnevnog jezika u trgovanju.

Svi kupoprodajni ugovori bi se trebali oslanjati na Incoterms<sup>®</sup> 2020 kao najnoviju verziju ovih pravila.

**CIJENA: 35 KM**

Narudžbe na e-mail: [nijaza.avdic@komorabih.ba](mailto:nijaza.avdic@komorabih.ba)

Više informacija na

[www.komorabih.ba/incoterms2020](http://www.komorabih.ba/incoterms2020)

ili na 033 566 165

Za narudžbu tri i više primjeraka poklon knjiga  
**ICC Vodič za izvoz/uvoz**



### 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, 4. izdanje 2016. godina, 274 str.

Više informacija na: [www.komorabih.ba/incoterms2020](http://www.komorabih.ba/incoterms2020)