



Infokom

GLASNIK VANJSKOTRGOVINSKE/SPOLJNOTRGOVINSKE KOMORE BOSNE I HERCEGOVINE

WWW.KOMORABIH.BA

BROJ 84 • GODINA XV • AUGUST / KOLOVOZ 2022.

BESPLATAN PRIMJERAK



VANJSKOTRGOVINSKA RAZMJENA BOSNE I HERCEGOVINE SA SVIJETOM

MEĐUNARODNA SARADNJA • WESTERN BALKANS 6 • AKTIVNOSTI KOMORE
ANALIZA • TRANSPORT • TURIZAM • EEN MREŽA • PREDSTAVLJAMO

ISSN 1840-3417



Izdavač:

VANJSKOTRGOVINSKA /
SPOLJNOTRGOVINSKA
KOMORA BOSNE I
HERCEGOVINE

Adresa:

Branislava Đurđeva 10
71000 Sarajevo

Uređivački kolegij:

Zdravko Marinković, predsjednik
Nihad Bajramović
Mirko Bošković
Momčilo Komljenović
Enes Ališković
Ognjenka Lalović
Boris Marković
Aida Kapičija

Kontakt:

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

Dizajn i priprema:

Engin Mešanović

BESPLATAN PRIMJERAK

Sadržaj

- 4** STKBIH U OKVIRU KOMORSKOG INVESTICIONOG FORUMA ZAPADNOG BALKANA Pregled realizovanih aktivnosti u periodu januar - jul 2022. godine
- 9** Program podrške pružanja tehničke asistencije malim i srednjim preduzećima pri apliciranju EU fondovima
- 10** KONFERENCIJA „Jačanje regionalnih turističkih proizvoda“ u Trebinju
- 12** Travel and Tourism Data
- 14** KONFERENCIJA Zelena tranzicija privrede Bosne i Hercegovine - izazovi i očekivanja
- 18** Svjetski dan telekomunikacija i informacionog društva
- 19** Zaštita transporta EU u vremenima krize
- 20** Odgovor na krizu goriva
- 22** Ovlašteni privredni subjekt
- 24** Bh. kompanije na sajmu „PLMA’s WORLD OF PRIVATE LABEL“
- 26** Jubilej - 50 godina Poslovnih novina i 35 godina projekta
- 28** Procjena kretanja IT sektora za 2022. godinu
- 30** Cirkularna ekonomija i njena primjena na prehrambeni sektor u Bosni i Hercegovini
- 32** Analiza spoljnotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine sa svijetom u periodu I-VI 2022/I-VI 2021. godine
- 44** Press kliping
- 45** Budućnost je počela!
- 46** PROGRAM JEDINSTVENOG TRŽIŠTA (The Single Market Programme - SMP)
- 50** Cijene u maloprodajnoj industriji u 2022.: strategije, trendovi i savjeti
- 52** AGENCIJA ZA NADZOR NAD TRŽIŠTEM BIH Stavljanje na tržište opreme pod pritiskom
- 55** EEN MREŽA

Uvodnik

Dragi čitaoci,

kao što ste i navikli, u nastavku smo pripremili zanimljive tekstove o temama aktuelnim za vaše poslovanje, među kojima je i spoljnotrgovinska razmjena Bosne i Hercegovine sa svijetom za prvih šest mjeseci 2022. godine. Robna razmjena za navedeni period približno je ostala na istom nivou kao i u istom periodu prethodne godine, uz blago povećanje količina pojedinih izvezenih roba. Međutim, uslijed povećanja cijena, kako uvoznih tako i izvoznih, ukupan obim razmjene je povećan u prosjeku za oko 40% te je i deficit povećan na 4,6 milijardi KM.

U okolnostima globalne krize, poremećaja u lancima nabavke, naglog rasta cijena repromaterijala i inflacije, a što je sve pogodilo i privredu BiH, dobro je što smo zadržali nivo privrednih aktivnosti makar na nivou prošlogodišnjeg. Kriza izazvana pandemijom pa i ova trenutna ekonomska kriza pokazuje, između ostalog, ogroman značaj proizvodnje u svim granama privrede, posebno hrane kao strateškog proizvoda. Stoga organi vlasti u Bosni i Hercegovini moraju donositi i provoditi systemske mjere koje će obezbijediti subvencionisanje i stavljanje u fokus primarne proizvodnje kako bi se obezbijedila sirovinska baza za domaću prehrambenu industriju, a sve u cilju smanjenja naše zavisnosti od uvoza.

Nadamo se da će u narednom periodu doći do stabilizacije situacije i da će bosanskohercegovačka privreda uspjeti odoljeti novim izazovima. Komora će, kao i do sada, biti uz vas i nastojati da u skladu sa svojim nadležnostima i mogućnostima da svoj doprinos kreiranju povoljnijih uslova za vaše poslovanje.

Predsjednik VTK/STKBiH
Zdravko Marinković





Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine u okviru Komorskog investicionog foruma zapadnog Balkana

PREGLED REALIZOVANIH AKTIVNOSTI U PERIODU JANUAR - JUL 2022. GODINE

Ceremonije dodjele nagrada RCF-a širom zapadnog Balkana

Januar - februar 2022.

Regional Challenge Fund je organizovao dodjelu nagrada u svakoj ekonomiji koja učestvuje u projektu. Niz dodjele nagrada počeo je u Prištini 28. januara, nastavljen u Skoplju 31. januara, Beogradu 1. februara, Podgorici 2. februara, Tirani 4. februara i Sarajevu 8. februara.

Nagrađeni konzorcijumi obrazovnih institucija i privrednih subjekata koji su uspostavili partnerstvo u cilju razvoja i implementacije dualnog ili kooperativnog obrazovanja predloženi su za finansiranje u okviru prve faze projekta Regional Challenge Fund, za ulaganja u opremu i infrastrukturne radove u obrazovnim ustanovama, kao i za finansiranje obuke osoblja u školama i kompanijama. Dobijena sredstva biće dodijeljena i za adaptaciju i renoviranje učionica, radionica i laboratorija.

Na svečanosti proglašenja izabranih konzorcijuma u okviru prve faze RCF-a predstavljeni su projekti koji će dobiti sredstva te je istaknuta važnost finansiranja ovakvih projekata za dalji razvoj poslovnog sektora i privrede zapadnog Balkana.

Svečanu dodjelu nagrada u Sarajevu ugostili su Ahmet Egrlić, predsjednik Spoljnotrgovinske komore Bosne i Hercegovine, Petra Sabine Kochendoerfer, zamjenica ambasadora Savezne Republike Njemačke u Bosni i Hercegovini, Adam Drosdzol, direktor Ureda KfW Njemačke razvojne banke u Bosni i Hercegovini, Naida Hota-Muminović, ministarka obrazovanja Kantona Sarajevo, Jasmina Boloban, pomoćnica

ministra za srednje obrazovanje i obrazovanje odraslih u Ministarstvu prosvjete i kulture Republike Srpske, dok je događaj moderirala Elma Kovačević Bajtal, direktorica Sektora za edukaciju STKBiH.



Sarajevo, 15. februar 2022.

Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine tradicionalno je organizovala prezentaciju spoljnotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine sa svijetom. Događaju je prisustvovalo više od 80 predstavnika ambasada, domaćih i međunarodnih institucija, kao i predstavnici više od 22 udruženja koja djeluju u okviru Komore.

Na samom početku prisutne je pozdravio i obratio im se predsjednik Komore Ahmet Egrić, rekavši da je 2021. bila relativno uspješna poslovna godina, obilježena rastom izvoza i izlaskom iz recesije te da bh. ekonomija prati trendove njenog najvažnijeg tržišta, a to je tržište EU.

U uvodnom dijelu prisutnima se obratio ministar spoljne trgovine i ekonomskih odnosa BiH Staša Košarac koji je ukazao na potrebu otvaranja novih tržišta za plasman proizvoda, ističući da je ovo jedna od najboljih mjera zaštite domaće proizvodnje. Aktuelne podatke spoljnotrgovinske razmjene BiH sa svijetom gostima je predstavio potpredsjednik Komore dr sc. Vjekoslav Vuković koji je rekao da izvoz u EU, a koji je viši od 72%, ukazuje na činjenicu da je kvalitet robe proizvedene u BiH izuzetno visok kada su u pitanju evropski standardi. Aktivnosti Komorskog investicionog foruma zapadnog Balkana (KIF ZB6) koje se odnose na implementaciju Akcionog plana za zajedničko regionalno tržište predstavila je Marija Ašković Matić, projekt menadžerica projekta „EU podrška KIF ZB6“. Ona je održala prezentaciju pod nazivom „Implementacija Akcionog plana za zajedničko regionalno tržište zapadnog Balkana – Program razvoja regionalnih dobavljača, pristup tržištu i baza podataka o tržišnoj inteligenciji“.



Mostar, 4-7. april 2022.

Uspješno je realizovano dvodnevno učešće zajedničke regionalne delegacije na „23. međunarodnom sajmu privrede Mostar 2022“ u organizaciji Komorskog investicionog foruma zapadnog Balkana u okviru Programa razvoja dobavljača i uz podršku Evropske komisije.



Više od 30 odabranih malih i srednjih preduzeća iz regije ZB6 iz poljoprivrednog i poljoprivredno-prehrambenog sektora predstavilo je svoje proizvode, istražilo nove izvozne mogućnosti, ojačalo postojeće i uspostavilo nove poslovne veze sa partnerima iz Bosne i Hercegovine, zapadnog Balkana i drugih zemalja. Mostarski sajam, kao najznačajniju sajamsku izložbu u Bosni i Hercegovini, nakon dvogodišnje pauze posjetio je veliki broj izlagača i posjetilaca, uključujući i visoke delegacije premijera i resornih ministarstava kako iz susjednih zemalja tako i iz Bosne i Hercegovine.

Osim izložbe, odabrane kompanije su imale priliku da lično promoviraju svoje kompanije i proizvode u katalogu i brošuri ZB6, ali i da se upoznaju sa maloprodajnim lancima/distributerima iz regije ZB6 koji su se predstavili prvog dana sajma (više na: <https://ecatalogue.wb6cif.eu/agricultural-and-agri-food-organic-producers/>).

Mogućnosti saradnje i svoje profile predstavili su regionalni distributeri i lanci Balkantina, Bingo, DM i Fan Commerce iz Bosne i Hercegovine, Uka Group sa Kosova, Domestic Trade iz Crne Gore i Mercator-S (Idea Organic) iz Srbije.

6. april 2022.

U ime KIF ZB6, a u okviru projekta „EU podrška KIF ZB6“, Komora je u saradnji sa komorama u regionu i Enterprise Europe Network organizovala konferenciju „Prilike za projekte, umrežavanje i prikupljanje informacija“, nakon čega su uslijedili B2B sastanci koji pokrivaju sve sektore privrede. Organizovana su 102 B2B sastanka koji su ocijenjeni vrlo pozitivno. Glavni cilj događaja bio je uspostaviti saradnju između kompanija i promovirati dobre i korisne prakse, što je i postignuto. Tokom konferencije učesnici su imali prilike saznati nešto više o organskoj proizvodnji, ali i korisnim platformama za kompanije, izazovima u poslovanju, mogućnostima, prednostima i primjenjivosti cirkularne ekonomije u ZB6, prednostima zajedničkog regionalnog tržišta i regionalne saradnje.



Na samom početku konferencije prisutnima se obratio zamjenik generalnog sekretara KIF ZB6 /STK BiH Nihad Bajramović koji je učesnike detaljnije upoznao sa suštinskim ciljevima i aktivnostima KIF-a, dok je Marija Ašković Matić, kordinatorica EU projekta, predstavila nove korisne i besplatne alate za kompanije. U cilju podrške unutarregionalnoj i međunarodnoj trgovini i podrške izvozu kompanija sa zapadnog Balkana, KIF je razvio jedinstven digitalni alat – Market Access bazu podataka koja se sastoji od 4 modula sa različitim funkcijama i ulogama, dok baza podataka „Market Intelligence“ kompanijama na jednom mjestu pruža pregled širokog spektra informacija o makroekonomskim pokazateljima za regiju zapadnog Balkana, cijenama proizvoda koje kompanije žele da izvoze ili uvoze, porezima na određene proizvode, tržišnim trendovima po zemljama, propisima prije plasiranja proizvoda na svjetska tržišta itd.

U ime Evropske preduzetničke mreže (EEN) Nikola Balić, šef Odjela za nauku i inovacije Sveučilišta u Splitu, predstavio je FINNO platformu za pristup finansijama i inovacijama, kao i otvorene pozive za projekte/grantove. Predstavljen je široki program podrške koji kompanije mogu iskoristiti.

Nataša Bakreska govorila je o temama cirkularne ekonomije, smanjenju troškova, nula otpadu i otpadu kao globalnom problemu, vrstama otpada, klasifikaciji i nepovoljnom upravljanju otpadom u regionu. Jelena Vlajić, ekspertica za lance snabdijevanja poljoprivredno-prehrambenim proizvodima, govorila je prisutnima o potencijalima za stvaranje međunarodnih lanaca snabdijevanja poljoprivredno-prehrambenim proizvodima na zapadnom Balkanu, kao i razvoju cirkularne ekonomije za postizanje ekonomske, ekološke i socijalne održivosti.

Nakon konferencije održano je preko 100 poslovnih sastanaka na kojima je učestvovalo više od 100 kompanija iz Albanije, Bosne i Hercegovine, Kosova, Crne Gore, Sjeverne Makedonije, Srbije, Mađarske i Hrvatske.

28. april 2022.

Sastanak pod nazivom „Zajedničko regionalno tržište katalizator dublje regionalne ekonomske integracije i odskočna daska ka jedinstvenom tržištu EU – 1,5 godina implementacije Akcionog plana zajedničkog regionalnog tržišta“ uspješno je održan u Briselu, uz prisustvo predstavnika Evropske komisije (DG NEAR, DG TAXUD, DG AGRI, DG GROW, DG TRADE, DG MOVE, DG SANTE) te predstavnika Poslovnog savjeta KIF ZB6, komora članica KIF-a, Generalnog sekretarijata KIF-a, KIF nacionalnih koordinatora, kao i predstavnika Eurokomore, CEFTA-e, RCC-a, Transportne zajednice i WB EDIF-a.

Sastanak je bio posebno posvećen trenutnom stanju i postignutim rezultatima u okviru Akcionog plana za zajedničko regionalno tržište (CRM AP). Događaj je osigurao kontinuiran i strukturiran dijalog između donosilaca odluka EU i poslovne zajednice ZB6 koju upravo i predstavlja KIF ZB6 Poslovni savjet. Cilj sastanka je bio okupljanje zvaničnika EU, predstavnika privrede i drugih relevantnih zainteresovanih strana kako bi se iznio niz inicijativa i kroz dijalog sa donosiocima odluka obezbjedila politička podrška njihovoj implementaciji. Osim toga, glavna uloga događaja je prenošenje poruke javnosti na zapadnom Balkanu i EU da proširenje stvara direktne koristi za kompanije i građane zemalja pristupnica. Glavne teme koje su obrađene tokom okruglog stola odnosile su se na očekivanja poslovne zajednice zapadnog Balkana u vezi sa implementacijom CRM AP-a, kao i na njihova viđenja kako omogućiti bržu integraciju regiona u jedinstveno tržište EU.



29. april 2022.

Predstavnici Upravnog odbora i nacionalni koordinatori KIF ZB6 prisustvovali su događaju u organizaciji Eurokomore i tom prilikom uručili nagradu Christoph Leitlu, bivšem predsjedniku Eurokomore, u znak zahvalnosti za doprinos i podršku radu regionalne komore i unapređenju ekonomskih odnosa na zapadnom Balkanu.



17. maj 2022.

Na konferenciji u Trebinju pod nazivom „Jačanje regionalnih turističkih proizvoda”, koju je organizovao KIF ZB6 sa Spoljnotrgovinskom komorom Bosne i Hercegovine kao domaćinom manifestacije, predstavnici turističkog sektora su istakli zajednički stav da su regionalna saradnja i zajednički turistički proizvod ključni za uspjeh u oporavku ove grane privrede. U okviru konferencije realizovana su dva panela: „Regionalna saradnja u turizmu - uloga privatnog sektora u promociji regiona kao turističke destinacije“ i „Razvoj održivog turizma - najbolje svjetske prakse.“

Panelisti su imali priliku da sa publikom podijele svoje viđenje trenutne situacije u oblasti turizma, prepreka sa kojima se svakodnevno susreću, kao i da predlože određena rješenja.

Istakli su značaj turizma kao privredne grane čiji razvoj direktno ili indirektno doprinosi razvoju mnogih drugih grana i tako doprinosi unapređenju privrede u cjelini. Kako je rečeno, problemi su manje-više isti u svim zemljama zapadnog Balkana, zbog čega je za njihovo rješavanje potrebno zajedničko djelovanje svih turističkih djelatnika, ali i predstavnika nadležnih državnih institucija.

Kako bi se turistička djelatnost podigla na viši nivo, privrednici i investitori iz turizma smatraju da je potrebno izmijeniti određene zakonske akte te razmotriti ukidanje PDV-a na turističke usluge ili uvođenje diferencijalne stope, odnosno značajno smanjenje njegovog iznosa za turističke usluge zbog važnosti ubrzanog razvoja ovog sektora.



Market Access Database

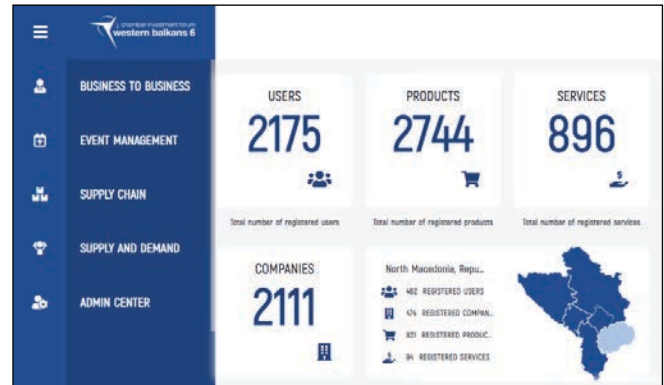
U cilju podrške unutarregionalnoj i međunarodnoj trgovini i izvozu kompanija sa zapadnog Balkana, KIF ZB6 je razvio jedinstveni digitalni alat - Market Access bazu podataka koja se sastoji od modula sa različitim funkcijama i ulogama koja je u potpunosti dostupna i operativna <https://www.market-access.wb6cif.eu/>.

Video materijal: <https://youtu.be/-NtImSq8t2s>

Market Access platforma predstavlja virtuelno tržište na kojem kompanije mogu da identifikuju proizvode i usluge koje traže ili da nešto ponude, što olakšava nabavku regionalnih dobara i usluga. To je takođe jedinstvena lokacija za održavanje preliminarne poslovnih razgovora prije razgovora licem u lice i daljih transakcija.

Modul lanca snabdijevanja, B2B, upravljanje događajima i modul ponude i potražnje unutar baze podataka osiguravaju buduću održivost i kompanije/korisnici putem ove platforme mogu da se pridruže Programu razvoja dobavljača. Prikupljeni podaci o više od 2100 dobavljača i investitora iz ZB6 uključeni su kao komponente u Supply Chain Module baze podataka. Modul lanca snabdijevanja ima za cilj da poveže kompanije ZB6 koje su zainteresovane za učešće u

globalnim i regionalnim lancima snabdijevanja sa multinacionalnim korporacijama (MNC) koje traže nove dobavljače iz regiona zapadnog Balkana. Baza podataka omogućava traženje partnera i razmjenu podataka između kompanija. U narednom periodu aktivnosti će biti usmjerene na dalju promociju baze podataka i svaka komora je zadužena za verifikaciju kompanija iz svoje privrede.



Market Intelligence Database

Baza podataka Market Intelligence je razvijena 2021. godine i od kraja decembra 2021. godine je u potpunosti operativna <http://market-info.wb6cif.eu/>.

Video materijal: <https://youtu.be/0QFUosrQr64>

Osnovni cilj ove baze podataka je da pomogne kompanijama da sprovedu istraživanje tržišta prilikom procjene mogućnosti i ulaska na nova tržišta ili proširenja postojećih. Platforma omogućava kompanijama da analiziraju trenutne izvozne performanse, procjene nivo konkurencije na globalnom tržištu, ali i na određenom izvoznom tržištu, identifikuju nova tržišta snabdijevanja, pregledaju mogućnosti za diversifikaciju na određenom tržištu upoređivanjem potražnje za skup sličnih ili srodnih proizvoda/usluga na tržištu koje se razmatra, procjenjuju učinak nacionalne trgovine i identifikuju postojeću i potencijalnu bilateralnu trgovinu sa bilo kojom partnerskom zemljom ili regijom.

U okviru platforme kompanijama i komorama u regionu su dostupne sljedeće informacije:

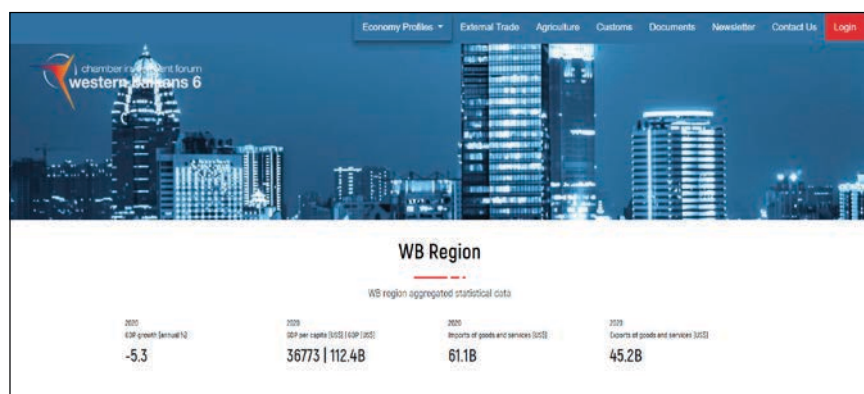
- spisak i opis svih potrebnih dokumenata i procedura za izvoz/uvoz po svakoj pojedinačnoj zemlji ZB i po proizvodu
- osnovne informacije o pravilima porijekla za izvoz/uvoz unutar regiona ZB i inostranstva
- informacije o opštim i posebnim zahtjevima (samo za određene proizvode) za proizvode kojima se

trguje unutar ZB6 (sanitarni, fitosanitarni, veterinarski, tehnički...)

- spisak i vrijednost internih poreza po svakoj ekonomiji ZB6 i po šifri proizvoda

Struktura i sadržaj izvještaja o proizvodima/tržištima može uključivati podatke kao što su trendovi proizvodnje i uvoza, trendovi potražnje i potrošnje, tržišni standardi, tipični kanali distribucije, cijene, izvori poslovnih informacija, ključni događaji itd.

KIF ZB6 je integrisao podatke iz eksternih i internih izvora u zajedničku bazu podataka omogućivši funkcije pretraživanja i generisanja izvještaja po zemlji, proizvodu/usluzi, godinama i po drugim pokazateljima. Podaci se poluautomatski ažuriraju na mjesečnoj, tromjesečnoj, polugodišnjoj ili godišnjoj osnovi, u zavisnosti od dinamike ažuriranja koju praktikuje izvorna organizacija/institucija.



Providing technical assistance to MSMEs in the region to ease the access to EU funded programmes.

Application and selection process

Program podrške pružanja tehničke asistencije malim i srednjim preduzećima pri apliciranju EU fondovima

Spoljnotrgovinska komora, u saradnji sa Komorskim investicionim forumom zapadnog Balkana 6 (KIF ZB6), poziva zainteresovane kompanije da se prijave i učestvuju u programu podrške pružanja tehničke asistencije malim i srednjim preduzećima pri apliciranju EU fondovima. Ovu aktivnost u okviru KIF ZB6 sprovodi Privredna komora Srbije kroz projekat podrške Evropske unije nacionalnim komorama zapadnog Balkana i u potpunosti je finansira EU. Više informacija o Komorskom investicionom forumu ZB6 i drugim alatima podrške mikro, malim i srednjim preduzećima (MMSP) možete pronaći na web stranici: www.wb6cif.eu.

Javni poziv za program podrške malim i srednjim preduzećima pri apliciranju za pristup fondovima Evropske unije predviđa učešće 60 MMSP-a sa zapadnog Balkana, od kojih je 10 za kompanije iz Bosne i Hercegovine.

Pozivamo vas da se prijavite na našu platformu, koja je posebno dizajnirana za sprovođenje ove aktivnosti i odabira potencijalnih učesnika u programu. Možete se prijaviti putem linka <https://wb6cif.talentlms.com/>.

Platforma će služiti kao ključna kontakt tačka, help desk i centar znanja za potencijalne učesnike te će se koristiti za procjenu spremnosti MMSP-a za učešće u ovom programu i obuku o svim aspektima učešća.

Većina poziva za podnošenje prijedloga dostupnih u regionu zapadnog Balkana koje finansira EU ima sličnu proceduru. Naš kurs i test za procjenu spremnosti su osmišljeni da pomognu potencijalnim kandidatima da razumiju ovu univerzalnu proceduru prolazeći kroz opšti primjer poziva za podnošenje prijedloga. Po uspješnom završetku kursa, naš tim će vas kontaktirati i zakazati onlajn intervju gdje ćemo razgovarati o vašoj ideji i trenutno otvorenim pozivima na koje možete da se prijavite. Po završetku procesa selekcije, 10 odabranih MMSP-a dobiće individualnu podršku u pisanju i podnošenju aplikacije za odgovarajući javni poziv.

Više informacija o proceduri prijave i testu za procjenu spremnosti kompanije možete naći na onlajn platformi.

Kontakt osoba za sve dodatne informacije i pitanja je Anđela Rajič (kontakt mejl: andela.rajic@komorabih.ba).



Konferencija „Jačanje regionalnih turističkih proizvoda“ u Trebinju

Turizam je najveći pokretač ekonomije, sektor koji direktno ili indirektno doprinosi razvoju drugih grana te tako unapređuje ekonomiju u cjelini. U 2021. godini trgovinska bilanca putničkih usluga na zapadnom Balkanu bila je 3,7 milijardi eura, skoro 500 miliona više nego u vremenu prije pandemije.

U cilju unapređenja ekonomske saradnje i kreiranja zajedničke turističke ponude zapadnog Balkana radi bolje promocije i pozicioniranja na svjetskom tržištu u ime Komorskog investicijskog foruma zapadnog Balkana, Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine organizovala je u sklopu Projekta komorskog partnerstva za zapadni Balkan konferenciju „Jačanje regionalnih turističkih proizvoda“ 16. i 17. maja 2022. godine u Trebinju.

U okviru konferencije održana su

dva panela: „Regionalna saradnja u turizmu – uloga privatnog sektora u promociji regije kao jedinstvene turističke destinacije“ i „Razvoj održivog turizma – najbolje svjetske prakse“.

Sudionici navedenih panela bili su: Dragan Bogdanić (ZTC Banja Vrućica), Sead Krupalija (BH Passport), Davor Krešić (Hotel Sunce Neum), Mirko Levajac (Rubicon Travel, Srbija), Ljubiša Nešovanović (Robinson, Srbija), Kornelia Ferizaj (Nacionalna agencija za turizam, Albanija), Ibrahim Osta (USAID Turizam), Marko Radić (Turistička organizacija Republike Srpske), Dušan Borovčanin (Turistička organizacija Srbije) i Ana Tanevska Gjorgijevska (Udruženje industrije keteringa i turizma, Sjeverna Makedonija). Moderator panela bio je dr Ravik Mima iz Albanije.

Panelisti su sa prisutnima podijelili

svoje viđenje trenutne situacije u oblasti turizma, izazove sa kojima se svakodnevno susreću, ali i iznijeli prijedloge određenih rješenja.

Događaj je organizovan s ciljem podrške što većem povezivanju ekonomija, privrednih subjekata iz regije sa ciljem ukрупnjivanja zajedničke ponude koja može rezultirati samo uspješnim pričama za sve aktere.

Zaključci:

Panel 1: „Regionalna saradnja u turizmu – uloga privatnog sektora u promociji regije kao jedinstvene turističke destinacije“

– Pandemija je stavila fokus na netaknutu prirodu te jače povezivanje i umrežavanje turističkih sudionika u regiji



- Storytelling je bitan faktor za ostvarenje boljeg dojma i uspjeh destinacije - stvaranje ambijenta lokacije kroz povezivanje različitih aktivnosti, istorije, kulture i umjetnosti
- Vinska ruta može poslužiti kao prijedlog okrupnjavanja turističke ponude u regiji
- Širenje tržišta uvezivanjem i stvaranjem raznovrsnog programa - prelazak s priče o potencijalu na konkretnu ponudu
- Potrebna veća podrška i promocija malih proizvođača
- Relevantne institucije u regiji moraju prepoznati potrebe privatnog sektora i pružiti mu veću podršku
- Prilikom planiranja projekata donatori moraju uključiti privatni sektor u pripremu i uzeti u obzir period po završetku projekta
- Obrazovanje nije trenutno rješenje, potrebna je liberalizacija radnog angažmana za jednostavniji „uvoz“ radne snage
- Usklađivanje viznog režima unutar regije, ali i ublažavanje s drugim državama
- Komorski investicijski forum zapadnog Balkana prepoznat kao regionalni predstavnik za zastupanje zajedničkih interesa; potrebno napraviti plan djelovanja u skladu sa akcijskim planom zastupanja; organizovati više događaja za zastupanje interesa i umrežavanje

Panel 2: „Razvoj održivog turizma – najbolje svjetske prakse“

- Elementi održivosti turizma: ekološki, kulturološki i ekonomski, a naravno i marketinški programi daju doprinos održivosti
- Fokus svih uključenih treba biti na održivosti poslovanja, pogotovo uzimajući u obzir da je turizam jedna od najviše oporezivanih grana privrede na svijetu
- Najvažnija stavka je marketing, prvenstveno digitalni marketing koji više doprinosi uspjehu
- Nemogućnost samostalne promocije zbog nedovoljnih resursa zemalja nadoknađuje promocija kroz zajedničke projekte zapadnog Balkana
- Privatni sektor mora imati savjetodavnu ulogu vladama regije
- Potrebna edukacija zaposlenika, vrednovanje i usmjeravanje radi za-



- državanja kvalitete i dosljednosti
- Omogućiti veći pristup kapitalu - mogućnost kreditiranja radi unapređenja poslovanja
- Poticaji za turizam, odnosno nagrada za dovođenje turista je metoda koju relevantne institucije trebaju razmotriti
- Za uspjeh je potrebna primjena strateškog pristupa – počevši od zadovoljstva samog lokalnog stanovništva do turista, ljudski resursi predstavljaju glavnu kariku za stvaranje dojma
- Uzimajući u obzir ogromne prirodne resurse, kulturno-vjerske i istorijske - brendiranje, diverzifikacija i disperzija su ključ za uspjeh

Svi panelisti su saglasni da su regionalna saradnja, unapređenje infrastrukture, otvaranje granica i liberalizacija viznog režima ključni faktori za razvoj turističkog sektora na zapadnom Balkanu. Panelisti su dali otvorenu podršku i slobodnom kretanju radne snage u regiji, bez granica („Otvoreni Balkan“).

Velika šansa za razvoj turizma leži u regionalnom okrupljivanju ponude.

Nekoliko zadnjih mjeseci intenzivno se radi na povezivanju turističkih operatera s ciljem identifikovanja jedinstvene ponude regije, jer bi na taj način turistima bilo omogućeno da u jednoj ponudi obidu i uživaju u njenim izuzetnim prirodnim ljepotama. Kako su i sami panelisti istakli, region zapadnog Balkana je po mnogo čemu jedinstven i kao takav ne treba kopirati druge destinacije nego zadržati upravo tu svoju posebnost te je na pravi način izbrendirati i promovisati na tržištu. Da bi se navedeno postiglo potrebna je i snažnija podrška svih uključenih aktera, posebno vlada regiona.

Upravo su kroz realizovane panele privredne komore zapadnog Balkana, okupljene u Komorski investicioni forum, dale podršku što većem povezivanju ekonomija, privrednih subjekata iz regiona sa ciljem okrupnjavanja zajedničke ponude koja može samo rezultovati uspješnim pričama za svakog u lancu povezivanja.

Ognjenka Lalović

TRAVEL AND TOURISM DATA

WESTERN BALKANS SIX (WB6)



23.7 million

Tourists arrived in the WB6 before the Covid-19 pandemic (2019).

40.9 million

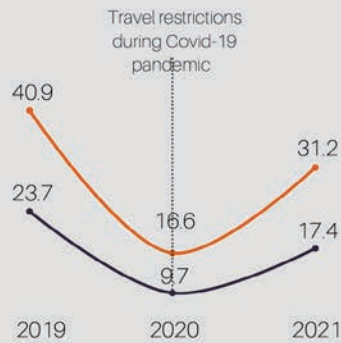
Tourists stayed overnight before the Covid-19 pandemic (2019).

Most frequent arrivals of foreign tourists to the WB6, by countries of origin:

- Germany
- Poland
- Russian Federation
- Turkey

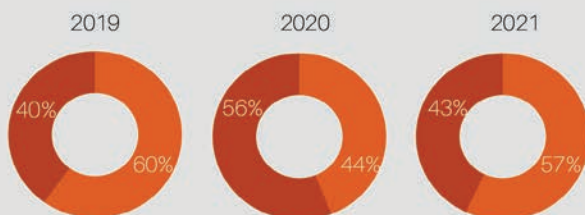
Overnight stays of tourists, number in million

Arrival of tourists, number in million

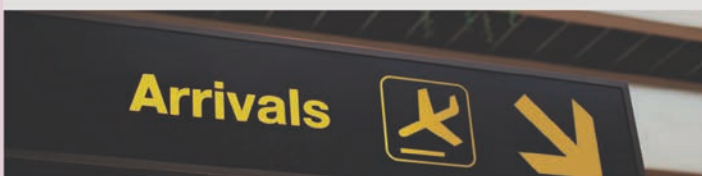


Tourists usually travel for leisure within the WB6.

In 2021, around 57% of tourist arrivals in the WB6 were foreign tourists, and about one-third were domestic tourists:



- Foreign Tourist Arrivals
- Domestic Tourist Arrivals



Employment



217,000 persons work in the accommodation and food service sector in the WB6 economies.

That corresponds to a share of

4.2%

of the total workforce in the region.



Number of people employed in the WB6 accommodation and food service sectors



Note: No data for Albania available

Accommodation and Food Services



The Gross Value Added (GVA) of accommodation and food service activities in the Western Balkans is

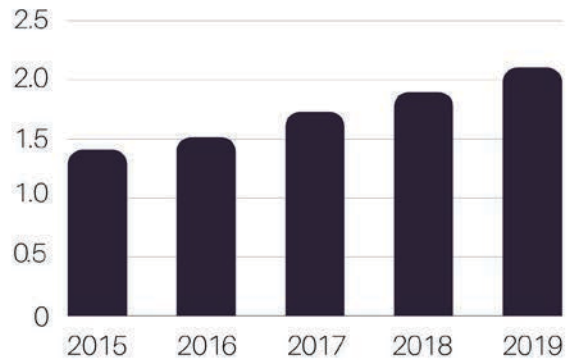
EUR 2.1bn

Tourism in the WB6 Economies contributes

2.5%

to the total GVA in the region.

Total Tourism Gross Value Added in the WB6, in bn EUR



Monthly Gross Wages



EUR 395

was the average monthly gross wage in the accommodation and food service sector in 2020 in the WB6.

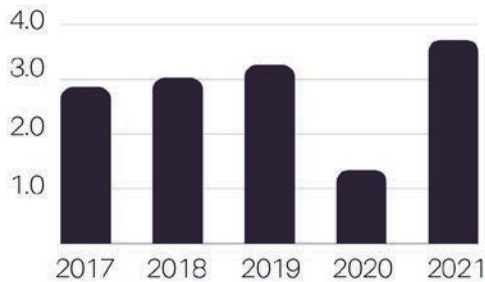
That corresponds to a share of

62%

of the average monthly gross wages in the region.



In 2021, the trade balance in travel services in the WB6 was EUR 3.7 billion, almost EUR 500 million above pre-Covid 19 pandemic levels.



Travel Services



Before the Covid-19 pandemic, in 2019, travel services revenues in the WB6 amounted to

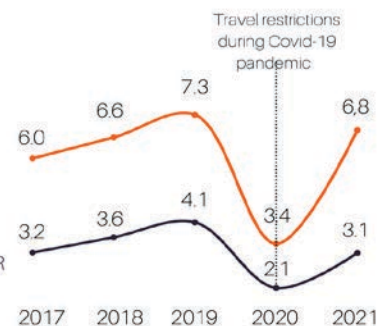
EUR 7.3 bn

Travel services expenditures in 2019 were

EUR 4.1 bn

WB6 travel service revenues in bn EUR

WB6 travel service expenditures in bn EUR





ZELENA TRANZICIJA PRIVREDE BOSNE I HERCEGOVINE

– IZAZOVI I OČEKIVANJA –

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine intenzivno radi na jačanju svijesti o značaju i ulozi primjene cirkularne ekonomije i zelenih lanaca vrijednosti – 30. 3. 2022. održana konferencija na temu „Zelena tranzicija industrije Bosne i Hercegovine“

Konferencija je okupila sve zainteresirane strane iz ove oblasti – privrednike, sa jedne, i predstavnike vlasti, sa druge strane. Konferenciju je pratilo oko 150 učesnika, a cilj je bio adresirati vrlo važna pitanja za unapređenje poslovnog okruženja u Bosni i Hercegovini iz oblasti zelene energije i cirkularne ekonomije, s krajnjim ciljem kreiranja zaključaka koji će predstavljati temelje za buduće djelovanje svih nivoa vlasti u Bosni i Hercegovini. Također, u trenutnim turbulentnim, globalnim okolnostima posljedice na tržište energenata su već vidljive i štetne, zbog čega ova tema još više dobija na značaju. Neophodne je izmjena zakonodavstva u mnogim sferama djelovanja, a šutnja i spora reakcija naših institucija na svim nivoima je velika prepreka napretku.

Razgovor na temu „Energetska tranzicija malih i srednjih preduzeća u BiH“ je vođen sa ciljem pružanja informacija o tome sa kakvim se to izazovima dekarbonizacije suočava bh. privreda. Učesnici panela bili su: Anes Kazagić iz Elektroprivrede Bosne i Hercegovine, Azra Sivro iz kompanije ArcelorMittal iz Zenice, Miroslav Ninković iz Elektroprivrede Hrvatske zajednice Herceg Bosne te Radonja Pješčić iz Mješovitog Holdinga Elektroprivreda Republike Srpske. Ovaj stručni panel moderirao je prof. dr. Mirza Kušljugić iz ReSET centra.

Cilj energetske tranzicije je smanjenje emisija u industriji i Nacionalni energetska klimatski plan koji treba sistematizovati djelovanje. Najučinkovitiji način je energetska efikasnost i nove prakse energetskog menadžmenta te povećanje učešća OEI-a u svrhu smanjenja proizvodnje energije na bazi fosilnih goriva.

Izazovi su jasni i njih nameće EU, naš glavni trgovinski partner. Ono što je izvjesno je da, usprkos političkim turbulencijama, EU neće stati sa procesom dekarbonizacije i očekivati je da će ubrzano vršiti pritisak na svoje trgovačke partnere (REPower EU).

Najvažniji alat za sistematizovanje potrošnje CO2 je ETS (Emission Trading System). Održiv ETS funkcionise na principu određivanju datuma CO2 neutralnosti, izrade dinamike dekarbonizacije te postepenog, linearnog smanjivanja emisija CO2. Finansijska sredstva u ovom procesu treba angažovati za restrukturiranje rudarskih regiona, smanjivanje energetske siromaštva, pa tek onda ulaganja u OIE.

Zaključci brojnih konferencija i u BiH i u regionu podržavaju uvođenje ETS-a. Prvi neophodan korak je Plan ekonomskog restrukturiranja regija uglja, jer je ovim trendovima direktno pogođeno 15.000 radnih mjesta u termoelektrskom sektoru.

Bez obzira na stepen pripreme unutar Bosne i Hercegovine, primjena

CBAM-a kreće 1. 1. 2023. Upravo se zbog toga kao najveći razlog za prihvatanje ETS navodi izbjegavanje primjene CBAM-a. Da li će uvođenje CBAM-a potaknuti uvođenje ETS-a i dekarbonizaciju u BiH? Simulacije trgovanja pokazuju da nije izvjesno da će CBAM bez ETS-a potaknutu dekarbonizaciju, već će izazvati stanje haotičnosti i, prema riječima profesora Kušljugića, kreirati „savršenu oluju“ u kojoj se procesima u BiH neće moći upravljati.

Budućnost je sigurno snabdijevanje iz lokalnih OEI izvora. Energetska kriza u regionu nije vezana za ukrajinsku krizu, već za dugotrajno oslanjanje regiona na termoelektrane i hidroelektrane. Trenutna prognoza je da će u regionu termoelektrane biti korištene do zadnjeg roka i u punom kapacitetu, a ako ta eksploatacija ne bude išla paralelno sa procesom dekarbonizacije, za posledicu ćemo imati najrizičniji scenarij.

Dugoročno, pored NEKP-a, potrebno je primijeniti „no regret“ strategije koje se odnose na energetska efikasnost, građansku energiju, pravičnu tranziciju regiona i razvoj OIE-a.

Pravni okvir i regulativa su osnova i prvi koraci. Bosna i Hercegovina je jedina država u Evropi koja nema organizovanu berzu energije, a FBiH jedina administrativna cjelina koja nema zakon o obnovljivim izvorima energije usaglašen sa novom regulativom EU.



JP Elektroprivreda BiH se nalazi u jeku energetske tranzicije koja traje već izvjesno vrijeme. Ono što se ističe kao pozitivna činjenica je da je EP BiH 1990. referentne godine emitirala 9,5 miliona tona emisija CO₂ godišnje, a danas emisije CO₂ iznose 5 miliona tona za isti nivo proizvodnje. Iako značajni, željeni efekti ipak nisu dovoljni usprkos evidentnoj modernizaciji TE Tuzla i TE Kakanj. Pored energetske efikasnosti koja se primjenjuje i u proizvodnom procesu ali i drugim segmentima EP BiH, u toku tekuće godine, EP BiH planira uvesti standarde i dobiti certifikat Energy management system 50 001 te tako, poslije BH cementare, postati još jedna firma u BiH koja na kvalitetan način upravlja energijom.

Također, EP BiH nastoji povećati omjer učešća OIE-a. Iako proces teče sporo, važno je spomenuti vjetroпарк kapaciteta 130 GW sati godišnje čiste energije koja polako potiskuje termo energiju. EP BiH u svojim planovima navodi realizaciju dodatnih 500 MW iz obnovljivih izvora energije: dva nova vjetroparka, 6 velikih fotonaponskih elektrana i hidroelektrane čija je izgradnja zbog otpora lokalnih zajednica trenutno obustavljena.

U pravcu strateškog djelovanja povodom procesa dekarbonizacije, EP BiH planira **uvođenje biogoriva kao alternativnog energenta** (biomasa iz otpadnog drveta, uzgoj i korištenje brzorastuće biomase i alternativna goriva iz otpada) koji će u termoelektranama nadomjestiti učešće uglja, kako bi se

istovremeno zadržala proizvodnja u termoenergetskom sektoru i smanjila proizvodnja CO₂. Optimistično je da Blok 6 u TE Tuzla već uspješno koristi biomasu iz otpadnog drveta, a prije 2 godine je započeo i uzgoj brzorastuće biomase na području rudnika, što predstavlja dobro osmišljeno i pravedno restrukturiranje tako što se rudnici diverzifikuju plantažama, a rudari se planiraju prekvalifikovati za poslove uzgoja biomase. **Međutim, restrukturiranje mora biti cjelovit plan na nivou BiH jer pravedna tranzicija u suprotnom neće biti moguća.**

JP Elektroprivreda BiH se prije tri godine počela pripremati za uvođenje poreza na karbonsku energiju kroz detaljnu elaboraciju o načinima opozivanja CO₂ i primjenu ETS-a i tada najavljenog CBAM-a kao instrumenta zaštite EU proizvođača. Preuzeta je elaboracija i shema za plaćanje emisije CO₂ koji je kreirala Energetska zajednica u studiji „Carbon pricing design“ gdje je za BiH i Srbiju predviđena shema za opozivanje CO₂ unutar ETS-a koja bi počela sa primjenom od 2025. godine. U tom periodu bi se postepeno smanjivao udio slobodnih kvota na emisiju CO₂ da bismo do 2040. došli na nivo da plaćamo sve emitovane emisije CO₂. EP BiH je integrirala takvu shemu u interne planove i u skladu sa njima razvija projekte koji prate proces dekarbonizacije. Važan aspekt predstavlja uspostavu plafona za emisiju CO₂, jer će u momentu transponiranja ovih pravila na sektore i kompanije upravo

ti plafoni odrediti udio slobodnih kvota na emisije, kao i one količine emisija na koje će se plaćati porez. Uspostava sheme plaćanja poreza za emisije CO₂ je uslov za izvoz energije i posredno drugih proizvoda dobivenih energijom opterećenom karbonom ukoliko nisu interno oporezovani po principu ETS-a koji prethodno mora biti usklađen sa ETS-om EU.

Mješoviti holding Elektroprivreda RS smatra da energetska tranzicija počinje zakonskim okvirom, prvenstveno se nadovezujući na nedavno usvojeni Zakon o električnoj energiji RS (2021.) koji je istinski tranzicioni zakon kojim se sektor energetike transformira iz tradicionalnog monopolističkog u sektor zasnovan na tržišnim principima i novi Zakon o obnovljivim izvorima energije RS (2022.) koji također donosi novine u ovom sektoru. MH EP RS je u tom kontekstu kao prioritetnu aktivnost prilagodila poslovanje novim zakonskim odredbama te je razdvojila djelatnosti, tj. snabdijevanje od distribucije, što je za posljedicu imalo formiranje 5 regionalnih operatera koji vrši distribuciju. Zakon također podrazumijeva i tržišno snabdijevanje komercijalnih kupaca i javno snabdijevanje malih potrošača i domaćinstva koje u periodu do 2025/26. treba biti sukcesivno povećana u korist komercijalnih konkurentskih dobavljača. Novi Zakon o obnovljivim izvorima energije uvodi pravila koja regulišu mogućnost izgradnje i eksploatacije OEI-a, sa posebnim fokusom na



industriju u smislu mogućnosti proizvodnje energije za vlastite potrebe.

Termoelektrane u ukupnom učešću proizvodnje MH EP RS iznose 60%, što je visok procenat koji povećava pritisak na ulaganje u obnovljive izvore energije i desetogodišnji plan je izgraditi kapacitete za OEI u iznosu od 1.000 MW. Obećava i podatak da trenutni ugovoreni i započeti poslovi za narednih 5 godina iznose 430 MW - 3 hidroelektrane, 1 vjetro park i 1 solarna elektrana u Trebinju. Smatraju da u slučaju ignorisanja procesa dekarbonizacije privreda neće biti bez posljedica, jer istovremeno imaju prijetnju poreza na izvoz u EU i pritisak lokalnih potrošača na snižavanje cijene.

JP Elektroprivreda HZHB u svom proizvodnom portfoliju nema termoelektrane, ali se zbog jedinog izvora energije (hidroelektrana) strateški opredjeljuje za disperziju rizika na različite izvore OEI-a te su trenutno u fazi izgradnje dva vrlo značajna objekta – vjetroelektrana (Posušje, 132 MW) i solarna elektrana (Stolac, 150 MW). Napredak EP HZHB je ostvaren i projektom **pametnih mreža** koji podrazumijeva automatizaciju trafostanice, telekomunikacijsku opremu i kompletnu mrežu što u konačnici treba da poveća fleksibilnost mreže i omogući veći prihod. Pored ovog uspješno finaliziranog

projekta, istraživačko-razvojne aktivnosti u kojima EP HZHB učestvuje su fokusirane i na teme skladištenja i pohrane u baterijskim sistemima na bazi vodika i bioetana. Također, po uzoru na efikasne sisteme i prateći trendove, u opskrbi EP HZHB nudi fleksibilno prilagođene tarife za svakog kupca. Kao najveću prepreku EP HZHB navodi pravni okvir, nekonzistentne zakone i komplikovanu administraciju. Sugerišu na dugoročni problem cijelog sistema opskrbe po pitanju održavanja mreže distribucije gdje će, ukoliko se trendovi nastave, bogatiji korisnici investirati u vlastitu proizvodnju energije na bazi OEI-a, zbog čega će se teret održavanja mrežarine prebaciti na siromašnije korisnike. Također, u cijelom procesu dekarbonizacije je važno razmišljati o samom tržištu i formiranju cijena električne energije jer samoregulišući mehanizam tržišta garantuje za posledicu visoke cijene. Istovremeno, elektroprivrede zbog tzv. „utility paradoksa“ kao proizvođači potiču svoje kupce da troše manje i da im se za to ponudi što niža cijena, što opet nije u skladu sa principom slobodnog tržišta. Također, dugoročna održivost trenutnih cijena nije moguća jer su maloprodajne cijene električne energije u BiH u poređenju sa veleprodajnim cijenama na evropskim berzama (npr. mađarskoj) duplo niže. To također znači da zbog rizika

koji hidropotencijal nosi sa sobom u određenim momentima nabavna cijena iz uvoza toga biva duplo veća od prodajne.

ArcelorMittal Zenica, kao proizvodna firma koja je najveći potrošač električne energije, je ograničen u svom djelovanju po pitanju ulaganja u proizvodnju energije iz obnovljivih izvora jer je ovisan o proizvodnji energije na bazi uglja. Stoga trenutno intenzivno rade na povećavanju energetske efikasnosti. Ono što smatraju da mogu učiniti je proizvoditi električnu energiju iz vlastitih izvora u iznosu od 55% tako što će gasove koji nastaju u procesu proizvodnje čelika (ugrađena tri kotla - visoka peć i koksara) koristiti za internu proizvodnju električne energije u iznosu od 12 MWh. ArcelorMittal je trenutno u fazi implementacije tri projekta koji će doprinijeti kogeneraciji i dostizanju 55% interne proizvodnje energije. To su gradnja solarne elektrane (identifikovana površina za izgradnju iznosi 160.000 m²), ugradnja gasne turbine na visokoj peći (proizvodnja energije putem „top gas pressure“ sistema) dok je treći projekat onaj na čeličani – generisanje kolektorskog plina koji može biti bolje iskorišten za proizvodnju energije. ArcelorMittal je na globalnom nivou jedna od vodećih kompanija u procesu dekarbonizacije (proizvodnja čelika na

bazi hidrogena u Španiji) i očekivati je pozitivne procese i u zeničkoj kompaniji. Udarne posljedice dekarbonizacije ArcelorMittal Zenica srednjoročno planira premostiti pronalaskom kupaca na tzv. „trećim“ i brzorastućim tržištima poput Kosova, Albanije i Turske.

Privrednici, učesnici i panelisti su usaglasili da je:

1. neophodan apel na nadležna ministarstva, zbog zadnjeg roka, da svi sinergijski djelujemo na ispunjenju uslova uvođenja ETS-a kako bi novac od poreza ostao u Bosni i Hercegovini i kako bi prikupljena sredstva bila usmjerena u poseban fond i potrošena na svrsishodne projekte dekarbonizacije. Posljedice neuvođenja ETS-a će biti fatalne za bh. privredu jer primjena CBAM-a podrazumijeva odliv sredstava u EU;
2. zbirna količina električne energije proizvedene iz obnovljivih izvora energije u tri bh. elektroprivrede oko 40% potrošnje Bosne i Hercegovine. To sugeriše da domaće elektroprivrede imaju strategiju dekarbonizacije koja bi trebala biti dio Nacionalnog energetskeg klimatskog plana za koji je opet neophodno da bude usklađen sa vizijom donosioca odluka;
3. potrebno uključiti mala i srednja preduzeća u dalje aktivnosti i promovisati njihove strategije dekarbonizacije te im omogućiti nesmetano korištenje energije iz vlastitih obnovljivih izvora.

Proizvodnja energije iz otpada u Bosni i Hercegovini

Razgovor na temu „Proizvodnja energije iz otpada“ je vođen sa ciljem pružanja informacija o trenutnom stanju u sistemu upravljanja otpadom u BiH i najboljim praksama i rješenjima koja nam stoje na raspolaganju. Moderator razgovora je bila profesorica Sanda Midžić-Kurtagić, a učesnici panela bili su: Nedim Pašić iz kompanije Cemet Lukavac, Izudin Neimarlija iz Tvornice cementa Kakanj, Zdravko Stipetić iz kompanije Đuro Đaković TEP Slavonski Brod, i Adrijana Marić iz GIZ-a.

Bosanskohercegovačke cementare, Tvornica cementa Kakanj i Cement Lukavac imaju veliki potencijal sagorjevanja otpada, RDF-a i SRF-a. Obje ce-

mentare su napravile velike iskorake u investicijama iskorištavanja otpada kao energenta i kogeneracije u proizvodnji gdje se pepeo miješa sa finalnim proizvodom. Evolucijom procesa proizvodnje se smanjivao udio korištenja električne energije i danas je Cement Lukavac dosegao 50%, a Tvornica cementa Kakanj 15% energije dobijene iz otpada. Iako se cementare oslanjaju na dio stabilnog izvora energije koji nije iz otpada, kapacitet bi se mogao povećati na 80-90% u korist energije iz otpada. Međutim, fokus aktivnosti u Bosni i Hercegovini bi trebao biti na uvozu supstituciju RDF-a o SRF-a, tj. uspostavljanje funkcionalnog sistema upravljanja otpadom i dostizanja neophodnog kvaliteta ovog energenta u našim reciklažnim kompanijama.

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je na osnovu zaključaka donesenih na Skupštini Asocijacije metalske i elektroindustrije pokrenula inicijativu ispitivanja mogućnosti uvozne supstitucije goriva dobijenog iz otpada u Bosni i Hercegovini. Cilj sastanka je bio elaborirati problem iz perspektive reciklažnih kompanija koje su tehnološki relativno opremljene za proizvodnju energenta dobijenog iz otpada (RDF i SRF) te perspektive korisnika tog RDF-a i SRF-a koje ga koristeći kao izvor energije za potrebe vlastite proizvodnje ujedno i zbrinjavanju na adekvatan, ekološki prihvatljiv način.

Naime, Bosna i Hercegovina u 2015. godini registruje prvi uvoz RDF-a koji se koristi kao energent u bh. cementarima. Taj uvoz je postepeno rastao i danas iznosi preko 35 hiljada tona godišnje. Istovremeno, u Bosni i Hercegovini se prema zadnjim dostupnim podacima deponovani generisani otpad procjenjuje na 985.000 tona (2013.) i, usprkos postojanju domaćih kompanija koje posjeduju osnove tehnoloških procesa za proizvodnju RDF-a i SRF-a, kvalitet RDF-a i SRF-a koji se trenutno može proizvesti u BiH je nedovoljan za njegovo korištenje. Istovremeno, cementare su zainteresovane za preuzimanje RDF-a i SRF-a proizvedenog u Bosni i Hercegovini, ukoliko njegov kvalitet ispunjava tražene zahtjeve. Sa druge strane, reciklažne kompanije također pokazuju spremnost za inoviranje svojih tehnoloških procesa proizvodnje RDF-a i SRF-a, kao i ulaganje dodatnih sredstava u cilju dostizanja traženog kvaliteta, ali prethodne radnje podra-

zumijevaju unapređenje sistema upravljanja i zbrinjavanja otpada bez čega je prvi korak nemoguć.

Privrednici, predstavnici institucija, cementara i reciklažnih kompanija su usaglasili da je:

- glavni cilj svih zainteresovanih strana okolinski prihvatljivo zbrinjavanje otpada kroz povećanje iskoristivosti otpada (pogotovo industrijskog gdje postoji zakonski okvir, ali je potrebno pojačati inspekcijsku kontrolu kod odlaganja industrijskog otpada) generisanog u BiH za proizvodnju ekološki prihvatljivog, alternativnog goriva dobijenog iz otpada kako bi se postepeno smanjio uvoz (RDF i SRF) iz drugih zemalja,
- neophodno da Ministarstvo za okoliš i turizam FBiH i nadležna ministarstva kantona donosu propise kojim se reguliše naknada za odlaganje otpada koji ima određenu energetske vrijednost, a koja mora biti veća od ekonomske cijene zbrinjavanja tog otpada od strane ovlaštene reciklažne kompanije, tj. operatera,
- kroz odgovarajuće dorade zakonskog okvira i sistemske izvore finansiranja potrebno kreirati ambijent i uslove za cirkularnu ekonomiju u sektoru zbrinjavanja otpada kako bi firme reciklažnog sektora kroz nove privredne aktivnosti, odnosno proizvodnju ekološki prihvatljivih alternativnih goriva (RDF i SRF) osigurale kvalitativnu, kvantitativnu i kontinuiranu isporuku RDF-a i/ili SRF-a,
- potrebno da sve nadležne institucije u svoje akcione planove, agende, radne dokumente, strategije i povezane relevantne dokumente, a pogotovo one koje proizlaze iz Zelene agende, uvrste potrebu primjene modela cirkularne ekonomije u sektoru otpada kojim bi se riješio problem neiskorištavanja otpada koji ima određenu energetske vrijednost.

Adela Vukotić-Terek

Svjetski dan telekomunikacija i informacionog društva

IKT Asocijacija Vanjskotrgovinske
komore Bosne i Hercegovine
šestu godinu zaredom obilježava
17. 5. - Svjetski dan telekomuni-
kacija i informacionog društva

**World Telecommunication
& Information Society Day**
17 May 2022

**Digital technologies
for older persons
and healthy ageing**

#HealthyAgeing
#WTISD
www.itu.int/wtisid



Svjetski dan telekomunikacija i informacionog društva obilježava se od 1969. godine kada je formirana Međunarodna unija za telekomunikacije (ITU) u Parizu te na ovaj dan potpisana Prva međunarodna telegrafaska konvencija 1865. godine.

Cilj obilježavanja Dana telekomunikacija i informacionog društva u svijetu jeste afirmacija informaciono-komunikacionih tehnologija, s obzirom na značaj koji ove tehnologije imaju u savremenom društvu.

Svake godine Međunarodna unija za telekomunikacije bira aktuelnu temu kojom se obilježava ovaj značajan datum, naročito nakon što je pandemijska kriza izazvana virusom COVID-19 ne samo istakla bitnu ulogu informacionih i telekomunikacionih tehnologija za uspješno funkcionisanje društava u cjelini već i u prvi plan iznijela zapajnujuće digitalne nejednakosti između i unutar zemalja. Zastrašujući je podatak da oko 3,7 milijardi ljudi u svijetu, pretežno u nerazvijenim zemljama, nije povezano komunikacijskim i digitalnim tehnologijama. Tema ovogodišnjeg obilježavanja Svjetskog dana telekomu-

nikacija i informacionog društva nosila je naziv „Digitalne tehnologije za starije osobe i zdravo starenje”.

U saopštenju generalnog sekretara ITU-a navodi se da će starenje svjetske populacije biti demografski trend 21. vijeka i procjenjuje se da će do 2050. godine u svijetu biti oko 1,5 milijardi ljudi starijih od 65 godina. Stoga je pravo vrijeme da se postave i prate ciljevi za telekomunikacije i informacione tehnologije, i da se prepozna njihova značajna uloga u postizanju zdravijeg starenja, pomaganju ljudima da izgrade pametnije gradove i rješenja, borbi protiv diskriminacije na radnom mjestu na osnovu starosti i slično.

ITU poziva članstvo, partnere i druge aktere da podignu svijest o značaju uloge telekomunikacija i informacionih tehnologija u podršci starijim ljudima. Također, poziva zemlje članice da nastave koristiti i razvijati telekomunikacije i digitalne tehnologije koje će omogućiti starijim osobama zdravo starenje i njihovo učešće i doprinos društvu.

Bosna i Hercegovina se također mora pridružiti više nego ikad ovim aktivnostima i omogućiti da starije osobe

mogu koristiti digitalne tehnologije i internet ne samo zbog vlastitog zdravlja i dobiti već da bi ostali u kontaktu s članovima porodice, bili u toku s najnovijim informacijama i savjetima, samostalno naručivali i kupovali neophodnu robu i usluge te uopšteno prevladali osjećaj izolovanosti od društva.

Rješavanje ovog velikog izazova zahtijevat će od nosilaca izvršne vlasti u Bosni i Hercegovini da podstiču i pomognu domaće IKT kompanije kao izvršioce ovih aktivnosti, primjenjujući nove inovativne pristupe i tehnologije. Svi ovi naporu moraju imati jedno zajedničko - saradnju. Moramo raditi zajedno kako bismo sve povezali na internet, bez obzira na dob, pol, lokaciju, finansijska sredstva ili sposobnosti.

U svijetu koji ubrzano stari, želimo ponovno potvrditi predanost ITU-a zajedničkom radu na povezivanju starijih osoba putem interneta i njihovom osnaživanju da koriste digitalne tehnologije kako bi mogli zauzeti mjesto koje im pripada u globalnoj zajednici.

Siniša Sarić



European Commission

https://ec.europa.eu/commission/index_en
Saopštenje za javnost, 23. maj 2022. godine, Brisel

Zaštita transporta EU u vremenima krize: Komisija usvaja Plan za nepredviđene situacije za transport

Komisija je danas usvojila Plan za nepredviđene situacije za transport kako bi ojačala otpornost transporta EU u vremenima krize. Plan izvlači pouke iz pandemije COVID-19 i uzima u obzir izazove sa kojima se transportni sektor EU suočava od početka ruske vojne agresije na Ukrajinu. Obje krize su ozbiljno uticale na transport robe i ljudi, ali otpornost ovog sektora i poboljšana koordinacija između država članica bili su ključni za odgovor EU na ove izazove.

Komesarka za transport Adina **Valean** rekla je: „Ova izazovna i teška vremena nas podsjećaju na važnost našeg transportnog sektora EU i potrebu da radimo na našoj spremnosti i otpornosti. Pandemija COVID-19 nije bila prva kriza sa posljedicama po sektor transporta, a ruska ilegalna invazija na Ukrajinu nam pokazuje da definitivno neće biti posljednja. Zato moramo biti spremni. Današnji plan za vanredne situacije, posebno zasnovan na naučnim lekcijama i inicijativama poduzetim tokom pandemije COVID-19, stvara snažan okvir za transportni sektor EU otporan na krize. Čvrsto vjerujem da će ovaj plan biti ključni pokretač otpornosti na transport, budući da su se mnogi od njegovih alata već pokazali neophodnim za podršku Ukrajini, uključujući Putevi solidarnosti EU-Ukrajina, koji sada pomažu Ukrajini da izvozi svoje žito.”

10 akcija za izvlačenje pouka iz nedavnih kriza

Plan predlaže set alata od **10 akcija koje** će usmjeravati EU i njene države članice prilikom uvođenja takvih hitnih

mjera odgovora na krizu. Između ostalih akcija, plan naglašava važnost osiguravanja minimalne povezanosti i zaštite putnika, izgradnje otpornosti na sajber napade i testiranja otpornosti. Također naglašava važnost principa Green Lanes koji osiguravaju da kopneni teret može prijeći granice za manje od 15 minuta te jaču ulogu Mreže kontaktnih tačaka u nacionalnim transportnim vlastima. Oba su se pokazala ključnim tokom pandemije COVID-19, kao i u trenutnoj krizi izazvanoj ruskom agresijom na Ukrajinu.

10 područja djelovanja su:

1. Usklađivanje zakona o transportu EU za krizne situacije
2. Osiguravanje adekvatne podrške sektoru transporta
3. Osiguravanje slobodnog kretanja roba, usluga i ljudi
4. Upravljanje tokovima izbjeglica i repatrijacija zaglavljenih putnika i transportnih radnika
5. Osiguravanje minimalne povezanosti i zaštite putnika
6. Dijeljenje informacija o transportu
7. Jačanje koordinacije prometne politike
8. Jačanje sajber sigurnosti
9. Testiranje transportnih nepredviđenih okolnosti
10. Sarađivanje sa međunarodnim partnerima

Jedna ključna lekcija iz pandemije je važnost koordinacije mjera odgovora na krizu kako bi se izbjegle, na primjer, situacije u kojima su kamioni, njihovi vozači i osnovna roba zaglavljeni na granicama, kao što je uočeno

tokom prvih dana pandemije. Plan za vanredne situacije za transport uvodi vodeće principe koji osiguravaju da su mjere odgovora na krizu proporcionalne, transparentne, nediskriminatorne, u skladu sa Ugovorima EU i sposobne da osiguraju da jedinstveno tržište nastavi funkcionirati kako bi trebalo.

Sljedeći koraci

Komisija i države članice će koristiti ovaj plan za nepredviđene situacije kako bi odgovorile na trenutne izazove koji utiču na sektor transporta. Komisija će podržati države članice i usmjeravati proces izgradnje pripravnosti za krizne situacije u saradnji sa agencijama EU, koordinirajući Mrežu nacionalnih kontaktnih tačaka za transport i održavajući redovne rasprave s međunarodnim partnerima i dionicima. Kako bi odgovorila na trenutne izazove i osigurala da Ukrajina može izvoziti žito, ali i uvoziti robu koja joj je potrebna, od humanitarne pomoći, do stočne hrane i gnojiva, Komisija će koordinirati mrežu kontaktnih tačaka Solidarity Lanes i platformu za pronalaženje partnera Solidarity Lanes.

Pozadina

Današnja inicijativa je odgovor na poziv Vijeća Komisiji da izradi plan za nepredviđene situacije za evropski transportni sektor za pandemije i druge velike krize. Ona ispunjava jednu od obaveza Komisije u Strategiji održive i pametne mobilnosti, a razvijena je u saradnji s vlastima država članica i predstavnicima sektora.

Sabrina Teskeredžić



Odgovor na krizu goriva

Transportni operateri komercijalne robe i putnika u svim regijama suočavaju se sa rastućim cijenama goriva. Globalne cijene nafte su na najvišem nivou u posljednjih najmanje jednu deceniju i rastu usred kontinuirane nestabilnosti i sankcija vezanih za rat u Ukrajini.

Uz minimalne marže, transportni operateri moraju preneti povećanje troškova na korisnike ili rizikovati bankrot, stvarajući dodatni pritisak na transportne mreže.

Pored toga, cestovni prijevoznici su često stisnuti u pogledu toka novca između kratkih komercijalnih perioda za plaćanje faktura za gorivo i mnogo dužih komercijalnih perioda za naplatu računa od svojih klijenata. To ograničava njihovu finansijsku sposobnost da se prilagode brzo rastućim

cijenama goriva, a rizik iznenadnog bankrota posebno prijete malim i srednjim transportnim operaterima.

Međunarodna unija cestovnih prijevoznika (IRU) poziva na hitne mjere za usporavanje povećanja cijena goriva, uključujući izričito ohrabrivanje vlada da smanje akcize i druge poreze i naknade u vezi sa gorivom.

Neuspjeh da se podrži industrija cestovnog transporta koja se suočava sa ovim ogromnim povećanjem troškova rezultirat će lancem bankrota bez presedana u narednim mjesecima, sa ozbiljnim inflatornim utjecajem na troškove transporta, kao i nestašicama transporta i blokadama u lancima snabdijevanja.

Vladine mjere za podršku sektoru

Država	Shema podrške	Druge mjere podrške
Češka Republika	Ukidanje putarine za vozila do 12 tona. Ukupan budžet za sektor saobraćaja je 160 miliona eura.	Odgoda plaćanja akontacije putarine; odgađanje plaćanja PDV-a do oktobra 2022; kontrola marži distributera dizela.
Francuska	Prijevoznicima će se isplaćivati paušalna pomoć prema broju vozila i njihovoj tonaži: do 1.000 eura po autobusu, 400 do 1.300 eura po kamionu ili 300 eura po lakom komercijalnom vozilu. Ukupan fond od 400 miliona eura država daje kompanijama za cestovni transport tereta i putnika. Period važenja: od 1. aprila do 31. jula 2022. godine.	Za sheme popusta planirano je ukupno 600 miliona eura. Primjenjivat će se sljedeće mjere: <ul style="list-style-type: none"> Popust od 15 centi bez PDV-a po litru dizela. Popust od 29 EUR isključujući PDV /100 kg za LPG-č, LNG. Popust od 21 cent bez PDV-a po kilogramu za CNG u komprimovanom obliku (CNG). Djelomični povrat poreza na domaću potrošnju na energente (TICPE) koji se odnosi na njihovu potrošnju goriva u kontekstu njihove profesionalne djelatnosti će se ubrzavati na mjesečnoj bazi. Korištenje olakšica odgode ili plaćanja za socijalne i porezne obaveze. Rok važenja: 4 mjeseca počevši od aprila.
Mađarska		Smanjenje akcize na gorivo za 25 HUF/l.

Država	Shema podrške	Druge mjere podrške
Irsko	<p>Plaćanje od 100 eura po kamionu sedmično na licenci operatera za 8 sedmica ili 800 eura po kamionu.</p> <p>Shema od 18 miliona eura za podršku cestovnim prijevoznicima u kontekstu ruske invazije na Ukrajinu, otvorena za cestovne prijevoznike svih veličina sa važećom licencom za rad u Irskoj koji su pogođeni trenutnom krizom. U okviru sheme korisnici će imati pravo na ograničene iznose pomoći u obliku direktnih grantova.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Smanjenje akcije od 15 centi (sa PDV-om) na dizel do 31. 8. 22. ▪ Smanjenje akcije od 20 centi (sa PDV-om) na benzin do 31. 8. 22.
Italija		<p>Smanjenje akcija - do 8. 7. 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Smanjenje akcija za sve učesnike u saobraćaju (smanjeno sa 617,40 eura za 1.000 litara na 367,40 eura za 1000 litara). ▪ Od 22. marta do 2. maja: smanjenje redovne stope akcije na dizel za sve potrošače za iznos jednak 0,25 centi po litri. Za kompanije za autobuski prijevoz stvarna pogodnost je 0,25 centi po litru samo za dizel (podliježe običnim akcijama i nije uvršten u koncesije predviđene za komercijalni dizel) koji troše autobusi u redovnom saobraćaju do Euro IV i autobusi u uslugama iznajmljivanja. Za autobuske linije Euro V i VI stvarna pogodnost je 0,03582 centa po litru uz popust na akciju (0,21418 centi po litru u odnosu na običnu akciju) koji su ova vozila već imala ranije. ▪ Poreski kredit za kupovinu dizela - 496 miliona eura uveden kao poreski kredit u korist transportnih kompanija za korištenje vozila teških 7,5 tona i više, kredit je jednak 28% poreskog kredita za prvi kvartal 2022. godine za izdatke nastale za kupovinu dizela.
Luksemburg		<p>Mjere na snazi do kraja jula 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Smanjenje od 7,5 centi po litru goriva (ulje, dizel, benzin). ▪ Adaptacija poreskog kredita vezanog za porez na CO2. ▪ Uvođenje posebne pomoći za kompanije pogođene cijenama energije.
Nizozemska		<p>Mjere na snazi od 1. aprila do 31. decembra 2022. godine:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stopa akcije na benzin će pasti za 17,3 centa po litri. ▪ Stopa akcije na dizel će pasti za 11,1 centi. ▪ Akcija na TNG (uključujući tečni propan i butan) i LNG također će biti smanjena za 4,1 cent po litru (otprilike 8 centi po kilogramu).
Portugal	<p>Za subvencije kompanijama na gorivo (dizel, benzin ili gas) i Adblue predviđen je fond od 400 miliona eura. Putem jedne rate transportne kompanije dobijaju po vozilu:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 114 eura za gorivo i 4,20 eura za Adblue za vozila ≤ 3,5t. ▪ 270 eura za gorivo i 10,80 eura za Adblue za vozila > 3,5t i ≤ 7,5t. ▪ 270 EUR za gorivo i 16,20 EUR za Adblue za vozila > 7,5t i ≤ 35t. ▪ 420 eura za gorivo i 37,80 eura za Adblue za vozila > 35t. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stopa poreza na naftne derivate (ISP) će se smanjivati na sedmičnoj osnovi ako dođe do povećanja poreskih prihoda (obračunatih kao PDV na promet goriva). Na primjer, za svako povećanje prihoda od PDV-a od 5%, ISP će biti smanjen za 5%. ▪ Obustava povećanja poreza na ugljenik. <p>Period važenja: 1. april do 31. decembra 2022. godine</p>
Španija	<p>Direktna pomoć transportnim kompanijama u periodu od aprila do juna 2022.</p> <p>Ukupan iznos 450 miliona eura.</p> <p>Ograničenje od 400.000 eura po kompaniji.</p> <p>Vrsta vozila i robe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teška roba, kamion - 1.250 EUR ▪ Laka roba, van vozila - 500 EUR ▪ Autobus - 950 EUR ▪ Taksi - 300 EUR ▪ Iznajmljivanje vozila sa vozačem - 300 EUR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Između 1. aprila i 30. juna 2022.: popust od 20 centi po litri (vozila na plin će također imati nadoknadu na osnovu povećanja). ▪ Od aprila do jula 2022.: odlaganje plaćanja doprinosa za socijalno osiguranje i zajedničku naplatu u sektoru gradskog i cestovnog saobraćaja. ▪ Odobrenje limita garancija za pokriće od strane države finansiranja koje finansijski subjekti odobravaju preduzećima i samozaposlenim – maksimalni iznos od 10.000 miliona eura, do 31. decembra 2022. ▪ Mjesečni povrat profesionalnog dizela. ▪ Pomoć za napuštanje profesije: očekuje se da će Ministarstvo saobraćaja, mobilnosti i urbane agende dobiti izvanredan kredit (10.310.000 eura) za finansiranje poziva za pomoć samozaposlenim cestovnim prijevoznicima. ▪ Produženje roka dospijeca i grejs perioda za kredite sa državnom garancijom, kreditna linija koju sponzorira država za refinansiranje dugova iz prethodnih linija.
Švedska		<p>Od maja do oktobra 2022. godine porezna stopa na transportna goriva bila bi privremeno smanjena za 1,80 SEK po litru (0,17 €).</p>

Ovlašteni privredni subjekt

Authorised Economic Operator - AEO

Spoljnotrgovinska komora Bosne i Hercegovine u svom dugogodišnjem radu i iskustvu sa privrednicima, koji su ujedno izvoznici, uvoznici, prevoznici i špediteri, prepoznala je važnost koncepta „Status ovlaštenog privrednog subjekta u BiH“ te je u saradnji sa EU4TRADE projektom organizovala edukaciju sa ciljem približavanja istog privrednim subjektima iz Bosne i Hercegovine koji moraju biti svjesni prednosti koje im ovaj status pruža.

Tokom edukacije prezentovan je i veoma važan pravni okvir za AEO u Bosni i Hercegovini, koji se zasniva na Zakonu o carinskoj politici u BiH („Sl. glasnik BiH“, br. 58/15), Odluci o sprovođenju Zakona o carinskoj politici u BiH („Sl. glasnik BiH“, br. 13/19, 54/19, 21/20, 47/21 i 49/21), Dodatnom protokolu 5 CEFTA - član 3., 25. do 27. i Aneks III, Uputstvo o postupku odobravanja i nadzora AEO te Sporazumu o međusobnom priznavanju sa drugim državama (MRA). U Bosni i Hercegovini se očekuje puna implementacija AEO programa od 1. 8. 2022. godine.

Koncept AEO (ovlaštenog privrednog subjekta) zasniva se na partnerstvu između carinskih organa i kompanija koje je uvela Svjetska carinska organizacija (WCO). Ekonomski operateri koji dobrovoljno ispunjavaju širok spektar kriterijuma blisko saraduju sa carinskim organima kako bi postigli zajednički cilj bezbjednosti lanca snabdijevanja. To znači da odnos između carinskih organa i AEO uvijek treba da bude zasnovan na principima međusobne transparentnosti, pravičnosti i odgovornosti. Status AEO može dobiti privredni subjekt koji je na bilo koji način uključen u carinske aktivnosti – uvoznik/izvoznik, špediter, prevoznik.

Privredni subjekti Bosne i Hercegovine mogu biti potencijalni nosioci statusa ovlaštenog privred-



nog subjekta (Authorised Economic Operator - AEO) u skladu sa smjernicama AEO prema uputama Smjernica DG TAXUD-a dobijenih od Glavne uprave za oporezivanje i carinsku uniju pri Evropskoj komisiji. Po ovim smjernicama status ovlaštenoga privrednog subjekta sastoji se od različitih vrsta odobrenja:

- **AEOC - carinska pojednostavljenja** - za privredne subjekte koji traže pogodnosti koje se odnose na pojednostavljenja predviđena carinskim propisima,
- **AEOS - bezbjednost i zaštita** - za privredne subjekte koji traže pogodnosti kod carinskih kontrola koje se odnose na bezbjednost i zaštitu kada roba ulazi u ili napušta carinsko područje,
- **AEOF (AEOC+AEOS) - kombinovano odobrenje**, odnosno carinska pojednostavljenja + bezbjednost i zaštita.

Svaka vrsta odobrenja uključuje različite vrste pogodnosti, u zavisnosti od vrste odobrenja koja se ogledaju prvenstveno u lakšem pristupu carinskim pojednostavljenjima, povlasticama za

privrednog subjekta ovlaštenog za carinska pojednostavljenja.

Kompanije koje dobiju status AEO uživaju potpuno povjerenje carine, odnosno takve kompanije prolaze kroz manje kontrola, treba im manje garancija, a na međunarodnom prostoru su poznate kao subjekti koji ispunjavaju određene uslove i kriterijume, što domaćoj firmi daje mogućnost da je strana kompanija prije izabere kao svog partnera. Dobijanje statusa ovlaštenog privrednog subjekta donosi privredniku direktne i indirektne pogodnosti.

Direktne pogodnosti

- lakše odobravanje pojednostavljenih carinskih postupaka
- mogućnost prethodnog obavještanja u vezi sa kontrolama u pogledu bezbjednosti i zaštite
- manji obim podataka za ulazne i izlazne sažete deklaracije
- manje fizičkih i kontrola dokumenata
- davanje prednosti pošiljkama odabranim za kontrolu



- mogućnost izbora mjesta kontrole
- mogućnost nižeg iznosa garancije za tranzit

Prethodno obavještenje korisniku statusa AEO omogućava logističku prednost, jer može bolje da planira i na odgovarajući način optimizuje prevoz i logistiku, kao i da svede logistička zadržavanja na najmanju moguću mjeru i smanji troškove prevoza: manje fizičkih i provjera dokumenata, davanje prednosti pošiljkama odabranim za kontrolu, izbor mjesta kontrole.

Indirektne pogodnosti

- bolji odnosi sa carinskim organom
- poboljšana bezbjednost i komunikacija među partnerima u lancu nabavke
- priznavanje (međunarodno) kao bezbjednog i pouzdanog poslovnog partnera
- poboljšana korisnička usluga i vjernost korisnika
- bolje razumijevanje sopstvenih djelatnosti (pozitivni efekti koji „nisu“ vezani za carinu)
- mogućnost nabavke „just in time“
- manji broj krađa / izgubljenih pošiljki / zakašnjelih isporuka
- sigurnost ulaganja i prevoza, poboljšana transportna logistika / planiranje,
- proaktivna tehnološka ulaganja i dobrovoljno pridržavanje bezbjed-

nosnih propisa, razvoj standarda

- poboljšana posvećenost zaposlenih i veća sigurnost poslodavca u zaposlene

- manje incidenata koji se odnose na bezbjednost i zaštitu
- niži troškovi inspekcija dobavljača, niže premije osiguranja
- prednost kod izbora za partnera u međunarodnoj trgovini
- međusobno priznavanje AEO (MRA) - lakši pristup tržištu

Indirektne pogodnosti se ogledaju u tome što kompanija ima status sigurnog poslovnog partnera, bolje saraduje sa carinskim organima, kao i sa drugim organima na državnom nivou.

Pet AEO kriterijuma:

- odsustvo teških ili ponovljenih povreda carinskih i poreskih propisa i bez teških krivičnih djela u toku obavljanja privredne djelatnosti (za sve AEO)
- dokaz povećanog nivoa kontrole aktivnosti i kretanja robe putem poslovnih evidencija i, ako je primjenjivo, transportnih zapisa (za sve AEO)
- dokazana solventnost (za sve AEO) i, gdje je primjenjivo
- praktična ili profesionalna kompetencija koja se direktno odnosi na djelatnost koja se obavlja (za AEOC) i, gdje je primjenjivo
- odgovarajući bezbjednosni standardi

koji se odnose na bezbjednost međunarodnog lanca snabdijevanja (za AEOC)

Nakon ispunjavanja osnovnih kriterijuma za dobijanje statusa ovlaštenog privrednog subjekta (AEO), prijem se odvija u nekoliko koraka od kojih su najvažniji:

- podnošenje zahtjeva
- formalna provjera zahtjeva
- prihvatanje zahtjeva
- provjera kriterijuma za izdavanje AEO odobrenja
- izdavanje AEO odobrenja / odbijanje
- upravljanje AEO odobrenjima
- nadzor, naknadna provjera, privremeno ukidanje i ukidanje

Koncept ovlaštenog privrednog subjekta postigao je globalan uspjeh i jedan je od najuspješnijih modela trgovinskih olakšica. Program obezbjeđuje preduzećima međunarodno priznatu „oznaku kvaliteta“ koja ukazuje na njihovu posvećenost bezbjednosti u međunarodnom lancu snabdijevanja, što im zauzvrat daje pravo na preferencijalni carinski tretman. AEO kompanije zajedno čine 80% uvoza i izvoza u EU.

Smiljka Žuža

Bh. kompanije na sajmu „PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL“

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine organizirala je 31. maja i 1. juna 2022. godine posjetu bh. kompanija Međunarodnom sajmu „PLMA'S WORLD OF PRIVATE LABEL“ u Amsterdamu (Nizozemska).



Čilj poslovne posjete sajmu PLMA je omogućiti uspostavljanje kontakata sa potencijalnim partnerima i unapređenje izvoznih poslova bh. kompanija.

Poslovnu delegaciju iz Bosne i Hercegovine u posjeti amsterdamskom sajmu činili su predstavnici 7 kompanija, i to: AS Holding, EuroCompany 99, Jami, MBA Centar, Mljekara Livno, Milkos i Šeherconi.

Bh. kompanije su imale priliku da obidu i Idea Supermarket u kojem su bili izloženi proizvodi koji su osvojili PLMA nagradu „Salute to Excellence“ za inovacije i kvalitet PL-a u kategoriji prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, kao i vina. Ove godine više od 500 proizvoda iz 40 zemalja je ocjenjivano u kategoriji hrane i pića, kućne hemije, kozmetike i vina.

Više od 15.000 kupaca i posjetilaca iz više od 120 zemalja okupilo se na PLMA sajmu u Amsterdamu. U izložbenom prostoru veličine 41.500 m² predstavnici bh. kompanija su imali mogućnost obići više od 2.500 kompanija izlagača, proizvođača i dobavljača robe široke potrošnje iz više od 60 zemalja. Izložbeni program sajma je

uključivao svježu, zamrznutu i rashlađenu hranu, sušene proizvode i pića, kao i kategorije neprehrambenih proizvoda kao što su kozmetika, sredstva za higijenu, zdravlje i ljepotu te različiti potrošački proizvodi za domaćinstva i kuhinje.



Svih 7 bosanskohercegovačkih kompanija je predstavljeno na stranici Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine u E-katalogu na sljedećem linku: <https://www.komorabih.ba/wp-content/uploads/2022/05/E-catalogue-PLMA-Amsterdam.pdf>

Na ovogodišnjem najvećem sajmu privatnih robnih marki prisustvovali su izlagači iz sljedećih zemalja: 2 kompanije iz Bosne i Hercegovine, 14 kompanija iz Hrvatske, 6 kompanija iz Sjeverne Makedonije, 10 iz Slovenije i 36 kompanija iz Srbije.

Više od 35 godina PLMA međunarodni sajam okuplja trgovce na malo, veletrgovce i druge profesionalce privatnih robnih marki zajedno s proizvođačima i pomaže im da pronađu nove proizvode, uspostave nove kontakte i otkriju nove ideje koje će pomoći njihovim privatnim robnim markama.

Kompanije iz Bosne i Hercegovine su realizirale 84 poslovnih sastanaka tokom posjete sajmu.

Prema anketnim upitnicima koje je pripremila Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine, bosanskohercegovačke kompanije su ocijenile posjetu sajmu veoma uspješnom.

Mersiha Selmanović



ETNO SELO
HERCEG
MEĐUGORJE
21. i 22.
SEPTEMBAR

KONFERENCIJA
GALA SVEČANOST | **LEADERS FOR THE FUTURE** | **B2B SUSRETI KLUBA 100**

VIP KLUB 100
PREDSTAVA **ĐUROLOGIJA** I KONCERT **VANNA**



Poslovne
novine

LRC{BIS} BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM

LRCINKASSO



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



MINISTARSTVO PRIVREDE
KANTONA SARAJEVO



PORSCHE



Moja priča.



PRIVREDNA GOSPODARSKA KOMORA
FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE
PRIVREDNA KOMORA REPUBLIKE SRPSKE



PRIVREDNA KOMORA
REPUBLIKE SRPSKE



Nacionalni park Una



OPĆINA JAICE



OPĆINA KRŠEVO



Jubilej - 50 godina Poslovnih novina i 35 godina projekta

Sprema se veliki mediteranski biznis događaj

Rana jesen, miris lavande i smilja, kušanje najboljeg vina, pod nepcem koja maslina, prirodna su inspiracija da doživite potpuno drugačije biznis iskustvo sa čak 500 uspješnih privrednika i isto toliko uspješnih poslovnih priča

Zahtjevna vremena postavljaju nove izazove pred nas i traže udruživanje, podržavanje i jačanje zdravih poslovnih odnosa. Iako se čini da prolaze, izazovi su tek pred nama. Ovo je pravo vrijeme da kroz B2B susrete izgradimo novu i osnažimo postojeću biznis mrežu. Likvidni partneri uvijek su najbolja opcija za partnerstva.

Nastavljajući tradiciju promoviranja i povezivanja najuspješnijih, ove godine na potpuno drugačiji način, Poslovne novine u saradnji sa analitičkim partnerom, bonitetnom agencijom LRC BIS i LRC Inkasso, zajedno kao članice LRC grupacije, sa suorganizatorom Vanjskotrgovinskom komorom BiH te strateškim partnerom Ministarstvom privrede Kantona Sarajevo, ekskluzivnim partnerom EuroExpress brzom poštom i uz podršku partnera oficijelnog vozila Porsche BH, realiziraju projekat „100 najvećih u BiH i regionu“.

Ukupno 35.720 kompanija, što je 2% više u odnosu na prethodnu godinu, predalo je završne račune za 2021. godinu koje je obradila bonitetna agencija LRC BIS za potrebe ovog projekta. Na ljestvicama 100 najvećih u BiH tako se našlo ukupno 712 kompanija rangiranih prema različitim kategorijama i kriterijima. Analiza podataka u posljednjih pet godina je pokazala da je prvi put svoje mjesto na ovim prestižnim rang-listama zauzela 251 kompanija.

Emil Kučković, član Uprave LRC Group i direktor Poslovnih novina, naglasio je da je LRC Group i ove godine obezbijedio podatke o svim registri-



ranim privrednim subjektima koji su osnov projekta 100 najvećih. Novitet je da će od ove godine biti objavljeni i podaci TOP 100 kompanija iz Albanije jer je ova grupacija u proteklom periodu uspostavila bonitetnu agenciju i na tom tržištu, gdje je jedina boniteta agencija.

U ovogodišnjoj specijalnoj štampanoj publikaciji, pored rang-listi 100 najvećih iz zemalja regiona, bit će objavljene i tradicionalne rang-liste najvećih iz Bosne i Hercegovine. Razvrstana po kategorijama, vodeća mala, srednja i velika preduzeća protekle godine ukupno su prihodovala 38,4 milijarde KM i ostvarila su dobit u iznosu od 2,8 milijardi KM. U protekloj godini zapošljavala su ukupno 143 hiljade radnika. Zanimljivo je i pozitivno da je ukupan

izvoz rangiranih kompanija porastao u odnosu na godinu ranije te je iznosio 8,8 milijardi KM vrijednosti robe i usluga.

Direktorica projekta **Alena Ahmetpahić-Fočo** istakla je važnost tradicije i kontinuiteta projekta koji ove godine obilježava 35 godina, a realizira se kroz franšizne ugovore u Crnoj Gori i Srbiji.

„Ovako značajan jubilej stavlja pred nas nove izazove. A ovogodišnji izazov je bio napraviti najveći poslovni događaj u regionu koji će spojiti najuspješnije privrednike. Tokom dva dana poslovnog druženja u kompleksu Etno sela „Herceg“ u Međugorju, 21. i 22. septembra, privrednike očekuje



bogat program koji će ih povezati kroz različite sesije. Prva noć rezervirana je za gala svečanost, dodjelu priznanja i promociju najuspješnijih privrednika. Drugi dan započet će konferencijom „Leaders for the future” i nastaviti će se B2B susretima Kluba 100, a nakon radnog programa gosti će imati priliku družiti se uz koncert Vanne i nasmitjati uz predstavu „Durologija”, rekla je Ahmetpahić-Fočo.

Istakla je da ove godine Poslovne novine slave 50. rođendan, što ih također svrstava među uspješne i one na koje se poslovna zajednica može osloniti kada je u pitanju relevantna i kvalitetna promocija.

Predsjednik Vanjskotrgovinske komore BiH **Ahmet Egrlić** osvrnuo se na novonastalu situaciju u Ukrajini kazavši da je dodatno otežala cjelokupnu situaciju ali da nas ovakvi projekti motiviraju i ulijevaju optimizam jer pružaju mnogo dobrih prilika.

„Dugogodišnja uspješna saradnja Vanjskotrgovinske komore Bosne i Hercegovine i Poslovnih novina na projektu '100 najvećih', ali i na ostalim projektima koji se realiziraju u saradnji sa jedinom domaćom bonitetnom agencijom LRC BIS i cijelom LRC grupacijom, dokaz je značaja koji pridajemo ovom zaista važnom poduhvatu. Upravo zato su uspjesi koje naše kompanije ostvaruju daleko značajniji i ja im čestitam na istrajnosti i hrabrosti“, kazao je Egrlić.

Adnan Delić, ministar privrede Kantona Sarajevo, prepoznao je vrijednost projekta te je kao strateški partner

istakao važnost osnaživanja privrede cijele države: „Osnovni cilj Ministarstva su aktivnosti koje će doprinijeti unapređenju ukupnog poslovnog ambijenta, obezbjeđenju boljih uvjeta poslovanja, jačanju kvaliteta i konkurentnosti naše proizvodnje i većoj vidljivosti naših privrednika, kako u zemlji tako i na međunarodnim tržištima. Kako bismo radili na ostvarenju tih ciljeva, osim naših bazičnih aktivnosti koje podrazumijevaju rad na unapređenju i usklađivanju zakonske infrastrukture s potrebama savremenog poslovanja, mi u kontinuitetu pružamo podršku sajmovima i poslovnim manifestacijama koje promoviraju privredu te privredne i poslovne aktivnosti naših privrednika. Zato smo i dio manifestacije '100 najvećih' jer vidimo potencijal koji mogu iskoristiti naše kompanije, a i Ministarstvo kao institucija javne uprave može raditi na promociji naših resursa i svega onoga što mi kao poslovno središte možemo ponuditi potencijalnim domaćim i stranim investitorima.“

EuroExpress brza pošta sedmu godinu za redom podržava projekat „100 najvećih u Bosni i Hercegovini“, o čemu je govorio direktor transporta i logistike **Enad Šehovac**:

„Sa zadovoljstvom smo još jednom prepoznali značaj projekta koji ove godine slavi poseban jubilej i tako pokazali da u ovim neizvjesnim i izazovnim vremenima snažno podržavamo razvoj domaće ekonomije i domaće privrede. Iako su teška vremena i mnoge kompanije se bore za opstanak, sa ponosom možemo istaći da korisnici

naših usluga imaju potpuno povjerenje u EuroExpress brzu poštu jer u nama prepoznaju stabilnost, sigurnost i pouzdanog partnera. Pozitivnim primjerom našeg poslovanja nastojimo pružiti primjer i drugim kompanijama.“

Brend Porsche kontinuirano djeluje na jačanju privrede, turističkih i kulturnih dešavanja u našoj zemlji te se i ovoga puta priključio realizaciji ovog regionalnog projekta. Novinarima se obratio **Armin Mulović**, rekavši:

„Zbog mnogih svjetskih dešavanja, koja itekako negativno utječu na automobilsku industriju, 2022. godina je mnogo izazovnija od prethodnih godina. Ujedno, to je i šansa za implementaciju novih ideja i poslovnih modela koji će zaživjeti na tržištu i time kompenzirati te nedostatke. Raduje me što proizvođači imaju samo jednu mogućnost - preći na električna vozila, jer povratak na konvencionalna vozila u 100% obimu se neće desiti. Gledamo naprijed i implementiramo nove ideje u skladu sa društvenom odgovornošću.“

Ovogodišnji projekat „100 najvećih u Bosni i Hercegovini i regionu“ započeo je kampanjom koja će trajati do oktobra, a višednevnom poslovnim događaju u Etno selu „Herceg“ u Međugorju i punom poslovnom doživljaju moći će prisustvovati osim rangiranih kompanija i one koje su uspješne u svojim djelatnostima i žele biti u društvu najuspješnijih privrednika BiH i regiona.

Procjena kretanja IT sektora za 2022. godinu



Prema procjenama, predviđanja su da će tokom 2022. godine oblast informacionih tehnologija (IT) imati stopu rasta od cca pet odsto na globalnom nivou. Predviđa se sporiji rast u oblasti hardvera, dok će softver ostati na visokom nivou rasta. U prilog ovom predviđanju ide i činjenica da je rad od kuće ili na daljinu postao sastavni dio u većini kompanija. Nastavlja se nestašica čipova i zaliha tako da će i ova godina biti slična prethodnoj u pogledu otežanih isporuka komponenti, kao i finalnih proizvoda.

Razvoj tehnologije, umrežavanja i prenosivih uređaja veliku primjenu pronašao je u zdravstvenom sistemu. Očekuje se da bi tekuća godina mogla imati brzi rast korišćenja prenosivih uređaja i aplikacija koje pomažu zdravstvenom osoblju i pacijentima.

Očekuje se porast i sajber napada. Renomirani Stratfor, koji početkom svake godine objavljuje predviđanja trendova za tekuću godinu, za 2022. navodi da će se sajber napadi ubrzano povećavati, posebno jer osobe koje vrše napade sve više ciljaju na 5G uređaje, Cloud i IoT sisteme, što će uzrokovati više poremećaja i povećati nove zahtjeve za sajber bezbjednošću.

Svjetski proizvođači u svojim agendama počinju sve više da brinu o „zelenom“ načinu korišćenja tehnologija, odnosno ekološkom pristupu. Naglašava se sve više koncept obnavlja-

nja starih uređaja ili zamjene određenih dijelova umjesto kupovine novih.

Svakodnevnim korišćenjem, prvenstveno mobilnih uređaja, svjedoci smo da nam je neophodno sve više prostora za pohranjivanje podataka koje svakodnevno prikupljamo. Renomirani svjetski pružaoci ovih usluga smanjili su kapacitete besplatnog prostora i sve više se okreću opciji plaćanja dodatnog prostora. Vlastiti prostor za pohranjivanje dokumenta, slika i sličnih sadržaja bez mijenjanja uređaja i dostupnost na bilo kojem drugom uređaju trenutno predstavlja jednu od osnovnih potreba krajnjeg korisnika. Zakup prostora (Cloud) za lične potrebe mogao bi i kod nas da doživi određen rast u tekućoj godini.

Što se tiče virtuelnih uređaja i ovog ekosistema, možemo konstatovati da nisu novina na tržištu. Uređaji za ovakvu vrstu korišćenja dostupni su na tržištu skoro deceniju. U ovom segmentu evidentan je rast, međutim manjak edukacije krajnjih korisnika pokazao se kao otežavajuća okolnost. Oprema i način korišćenja još uvijek je nepoznanica kod većine, izuzetak je mlađa populacija. Rast upotrebe ovih sistema i resursa očekuje se daleko više u zapadnim zemljama.

Tačna projekcija kojom će brzinom napredovati tehnološki IT sistem nije zahvalno definisati, ali je jedno sigurno - bilo koji proces unutar privatnog i poslovnog načina življenja teško da će se

odvijati bez nekakvog IT rješenja.

Ljudski resursi se u određenoj mjeri smanjuju i ovo je činjenica, dok, sa druge strane, velike šanse i mogućnosti pruža tehnološki razvoj, kako za izvor novih prihoda tako i za optimizaciju vremena i resursa.

U narednom periodu ulazimo u sferu rigoroznijih mjera prema tehnološkim svjetskim kućama kao što su Apple, Google, Facebook (Meta) i Amazon. Prvi put se na nivou Evropske unije počinje regulisati način i regulativa koju sprovode tehnološki giganti na internetu. Naime, odbor za unutrašnje tržište i zaštitu potrošača Evropskog parlamenta donio je smjernice i odluku za borbu protiv nezakonitih, odnosno „tamnih“ sadržaja na internetu.

Zakonodavci će takođe prvi put u Evropi saznati na koji način platforme pomenutih svjetskih tehnoloških lidera koriste algoritme, a samim tim imaće adekvatan uvid u ove procese i radnje. Ujedno će se na ovaj način smanjiti širenje ilegalnih proizvoda i usluga, suziti korišćenje štetnih algoritama i učiniti da učinimo prvi korak u suzbijanju zloupotreba obimnog prikupljanja ličnih podataka. Internetske platforme biće u obavezi sprovoditi procjene rizika i dijeliti podatke s nadležnim tijelima i istraživačima kako bi omogućile nadzor nad svojim radom i sprovedile evropska digitalna pravila.

Siniša Sarić

Poziv za dostavljanje radova za stručni časopis

Vanjskotrgovinska komora Bosne i Hercegovine je pokrenula aktivnosti za izdavanje prvog naučnog časopisa „InfokomScience“, zbornika naučnih i stručnih radova, prikaza i prijevoda iz oblasti ekonomskih nauka i studentskih radova.

Cilj časopisa je da stručnoj javnosti i akademskoj zajednici omogućimo objavu stručnih radova od interesa za poslovnu zajednicu, ali i širu javnost.

U skladu s navednim, pozivamo Vas da dostavite radove za prvi broj časopisa čije izdavanje je planirano krajem 2022. godine.

Radovi podliježu anonimnoj recenziji i kategoriziraju se odlukom Redakcije i na prijedlog recenzenata u jednu od sljedećih kategorija:

- originalni naučni članak – sadrži neobjavljene rezultate izvornih naučnih istraživanja
- pregledni naučni članak – sadrži sažet i kritičan prikaz jedne oblasti, sa detaljnim pregledom literature, iz kojeg je vidljiv doprinos autora toj oblasti
- stručni članak – sadrži korisne stručne priloge

Prednost prilikom objavljivanja će imati originalni naučni članci, nakon toga pregledni naučni članci a zatim stručni članci.

Vaše radove možete slati putem e-maila na adresu casopis@komorabih.ba

Više informacija, kao i samo uputstvo možete pronaći na linku: <http://infokomscience.komorabih.ba/>





Cirkularna ekonomija i njena primjena na prehrambeni sektor u Bosni i Hercegovini

Posljednjih decenija iskorištavanje planetarnih resursa dostiglo je rub sa kojeg neće biti povratka ukoliko se ne počnu primjenjivati modeli njihovog održivog korištenja. Ubrzana potrošnja resursa uzrok je katastrofalnih posljedica po čovječanstvo, upitne egzistencije uzrokovane klimatskim promjenama. Rast svjetske populacije, a samim tim i prehrambenih potreba, doveo je do ograničavanja ponude pojedinih namirnica i sirovina, što uzrokuje značajne poremećaje na tržištu rastom cijena.

Kako bi se uhvatila u koštac sa globalnim problemom, Europa je odlučila da prateći svoj Zeleni plan postane prvi klimatski neutralan kontinent. Plan je da do 2050. godine Europa postane kontinent bez emisije staklenih gasova, da privredni rast ne zavisi samo od upotrebe resursa te da se ne zanemari ni jedna europska zemlja.

Usvajanjem Zelene agende za zapadni Balkan 2020, zemlje zapadnog Balkana su prihvatile europski zeleni

dogovor i time se obavezale na provođenje mjera i poštovanje mjera u pet oblasti od kojih je jedna i zelena/cirkularna ekonomija.

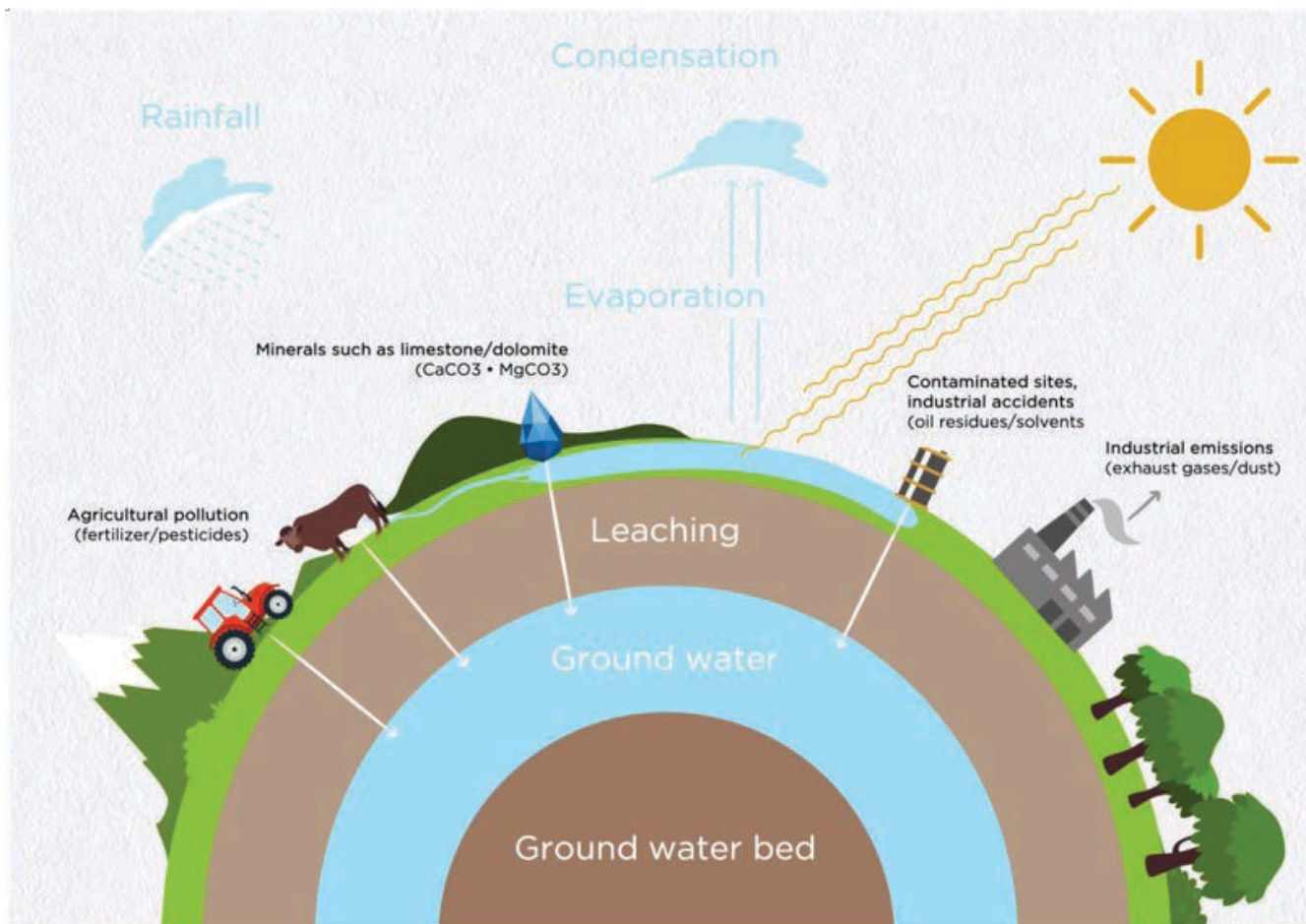
Cirkularna ekonomija se vrlo često poistovjećuje sa upravljanjem otpadom, međutim to je samo jedna od faza u životnom ciklusu proizvoda. Uvođenjem cirkularne ekonomije teži se ka krajnjem cilju koji generira „nula“ otpada te se bazira na modelu smanji – popravi – ponovo koristi – recikliraj, za razliku od linearnog modela uzmi – napravi/koristi – odloži, koji je zastupljen i u našoj zemlji.

Posljednje dvije godine u Bosni i Hercegovini je nevladin sektor, u saradnji sa međunarodnim organizacijama, počeo sa buđenjem svijesti o važnosti uvođenja cirkularnosti u sisteme proizvodnje. Iako ne postoji sistemski pristup cirkularnoj ekonomiji u našoj državi, evidentan je porast inicijativa za njeno promoviranje. Samo u organizaciji Vanjskotrgovinske komore BiH održano je niz konferencija na spome-

nutu temu. Bosna i Hercegovina je trenutno u fazi izrade niza strateških dokumenata koji se tiču održivog razvoja i u većoj ili manjoj mjeri sadrže elemente cirkularne ekonomije koji uključuju integrirani energetske i klimatski plan za period 2021-2030. godine i strategiju i akcioni plan za okoliš 2030+, a koji će definirati ciljeve i politike okoliša u Bosni i Hercegovini do 2032. godine (*Bijeli papir cirkularne ekonomije u Bosni Hercegovini*, april 2022.).

U toku je i izrada Mape puta za cirkularnu ekonomiju BiH (2021-2027) u sklopu projekta koji vodi i finansira UNDP, koja će biti značajna za strateško planiranje CE u BiH a „ogledalo“ uspješnih praksi iz EU i regiona.

Zbog povezanosti zdravlja ljudi, zdravih društava u cjelini i „zdrave planete“ održivi prehrambeni sistemi u središtu su evropskog zelenog plana, strategije EU-a za održiv rast. Ta je strategija izrađena za poticanje privrede, poboljšanje zdravlja i kvaliteta života ljudi te brige o prirodi.



Slika 1. Princip prijenosa pesticida kroz zemljište i vodu

Poljoprivredna proizvodnja je jedan od najvećih zagađivača prirode. Zemlja koju koristimo za uzgoj hrane globalno se degradira korištenjem teških mašina, sadnjom monokultura (beskrajnim poljima zasadenim samo jednom poljoprivrednom kulturom), korištenjem sintetičkih đubriva koja zagađuju zemlju, hranu i vodu, korištenjem pesticida (različitih hemijskih supstanci) kojima se uništavaju samonikle biljke, korovi, insekti, gljive i bakterije koji su važan dio ekosistema, a biljke koje su nam hrana su izložene pesticidima od sjemena, sadnje, vremena rasta, branja, čuvanja ploda do prodaje. Pesticidi se talože u zemlji, vodi, hrani i našem organizmu. Mnoge životinjske i biljne vrste bespovratno izumiru, biodiverzitet se uništava, planeta je sve zatrovanija, ljudi se sve češće razbolijevaju - a ova kva poljoprivreda, nažalost, doprinosi tome. Procjenjuje se da je organski otpad (biootpad i neiskorištena hrana) trećina ukupnog otpada koji završava na deponijama.

Europski poljoprivredni i prehrambeni sistem, uz podršku zajedničke poljoprivredne politike, već je globalni standard kad je riječ o sigurnosti, sigurnosti opskrbe, prehrani i kvalitetu. Sad bi trebao postati i globalni standard za održivost. Prelazak na održiv prehrambeni sistem može donijeti koristi za okoliš, zdravlje i društvo te omogućiti pravedniju raspodjelu privredne koristi.

Ciljevi Evropske unije su sljedeći:

- omogućiti sigurnost opskrbe hranom s obzirom na klimatske promjene i gubitak biološke raznolikosti
- smanjiti utjecaj prehrambenog sistema Unije na okoliš i klimu
- jačati otpornost prehrambenog sistema
- predvoditi globalnu tranziciju prema konkurentnoj održivosti „od polja do stola”

Ozbiljne bh. kompanije koje se bave proizvodnjom hrane i koje su u svoje poslovanje uvele standarde imaju sporadično primijenjene segmente cirku-

larne ekonomije, poput solarnih panela, filtera za prečišćavanje otpadnih voda, adekvatnog odlaganja otpada. Ipak, jako je malo onih koji su u svojoj proizvodnji zaokružili ovaj proces.

Buđenje svijesti i ulaganja u cirkularni model poslovanja u prehrambenoj industriji tek predstoji, iako poljoprivredno-prehrambeni sektor ima najznačajniji potencijal korištenja cirkularne ekonomije za stvaranje novih poslovnih prilika i radnih mjesta, uz istovremeno povećanje održivosti proizvodnog procesa.

U ovom procesu ključnu ulogu imaju nacionalni standardi i propisi koji se tiču zaštite životne sredine i kontrole proizvodnje, koji moraju biti usaglašeni sa principima cirkularne ekonomije i kao takvi moraju biti pokretač industrijskih promjena u BiH.

Tijana Muhamedagić

Analiza spoljnotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine sa svijetom u periodu I-VI 2022/I-VI 2021. godine

Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine u periodu januar-juni 2022. godine iznosio je **23.210.410.000 KM** i povećan je za 41,10%, odnosno 6,76 milijardi KM u odnosu na isti period prethodne godine.

Izvoz iz BiH iznosio je **9.276.127.000 KM** i veći je za 39,7%, odnosno 2,61 milijardi KM.

Uvoz u BiH iznosio je **13.934.283.000 KM** i veći je za 42,42%, odnosno 4,15 milijardi KM.

Ukupan saldo spoljnotrgovinske razmjene je povećan za 49,37% i iznosi **4.658.157.000 KM**.

Pokrivenost uvoza izvozom je smanjena za 2,28% i iznosi 66,6%.

Indikatorji spoljnotrgovinske razmjene pokazuju povećanje i izvoza i uvoza. Činjenica je da BiH dobar dio uvoza ostvaruje radi izvoza, odnosno uvozi radi dorade proizvoda, nakon čega iste proizvode izvozi, što je jedan od uzroka visokog deficita, koji se stalno povećava.

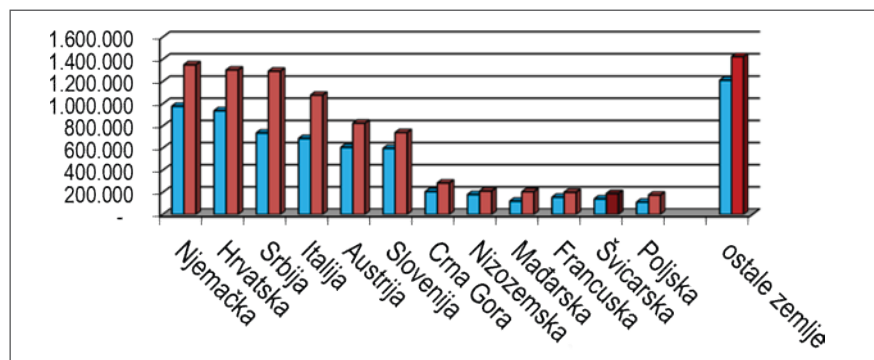
Nestabilnost na svjetskom tržištu, uzrokovana prvenstveno problemima u lancima snabdijevanja još u periodu pandemije, energetska kriza, recesija te moguća svjetska stagflacija su dovele do povećanja cijena na opštem nivou, što pokazuju i pokazatelji spoljnotrgovinske razmjene u posmatranom periodu.

Neizvjesnost oko rata u Ukrajini i dalje energetske krize onemogućava pozitivne prognoze na tržištu EU pa tako i u BiH.

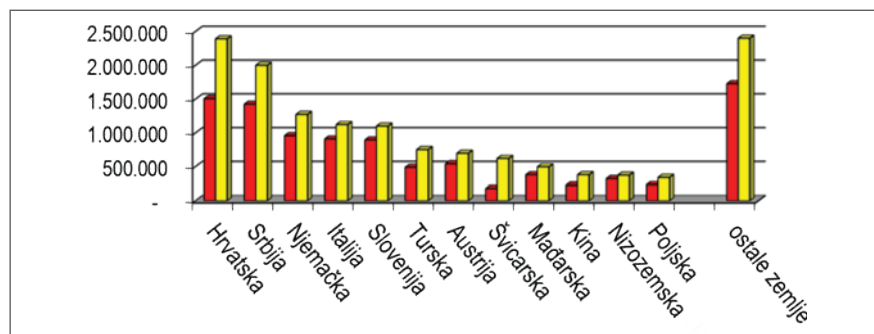
Uvoz u BiH je takođe povećan u odnosu na prošlu godinu, a jedan od uzroka je svakako opšte povećanje cijena na globalnom nivou. Visok procenat čini uvoz repromaterijala radi izvoza. Jedan od faktora povećanja vrijednosti uvoza roba je svakako povećanje cijene nafte i naftnih derivata u posmatranom periodu.

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

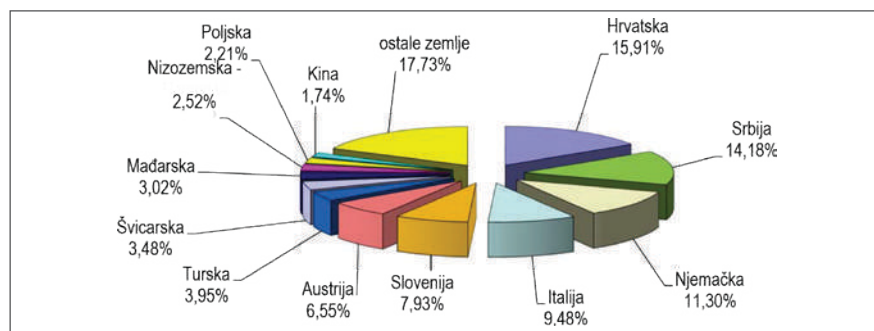
Poređenje izvoza BiH u prvih 6 mjeseci 2022. u odnosu na isti period 2021. po zemljama vodećim partnerima u izvozu BiH:



Poređenje uvoza BiH u prvih 6 mjeseci 2022. u odnosu na isti period 2021. po zemljama vodećim partnerima u uvozu BiH:



Učešće zemalja vodećih partnera u ukupnom obimu razmjene BiH u prvih 6 mjeseci 2022.



Pregled vodećih tarifa u izvozu I-VI 2022.

Tarifa	Naziv tarife	Vrijednost (KM)
2716	Električna energija	701.400.981
7601	Aluminij u sirovim oblicima	519.127.011
9401	Sjedala (osim onih iz tarifnog broja 9402)	328.595.401
8544	Izolovana žica (uključujući emajliranu i anodiziranu)	312.895.219
7308	Konstrukcije (osim montažnih zgrada iz tarifnog broja 9)	301.229.183

Pregled vodećih tarifa u uvozu I-VI 2022.

Tarifa	Naziv tarife	Vrijednost (KM)
2710	Naftna ulja i ulja dobivena od bitumenskih minerala	1.375.409.011
7601	Aluminij u sirovim oblicima	666.947.993
2701	Kameni uglalj; briketi i slična kruta goriva od kamenog uglja	455.738.664
8703	Lični automobili i druga motorna vozila	395.201.820
3004	Lijekovi (izuzev proizvoda iz tarifnih brojeva 3002, 3005 ili 3006)	300.517.544

EU glavni trgovinski partner

Obim spoljnotrgovinske razmjene BiH sa zemljama članicama EU za šest mjeseci 2022. godine iznosi oko 15,7 milijardi KM i veći je za 36,6% ili oko 4,2 milijarde KM u odnosu na isti period prošle godine.

U ukupnom izvozu iz BiH 72,7% odlazi na tržišta zemlja EU.

Od ukupnog uvoza u BiH 64,4% je sa tržišta zemalja EU.

BiH je izvezla robe na tržište EU u vrijednosti od 6,7 milijardi KM i izvoz je povećan za 37,22% ili oko 1,8 milijardi KM u odnosu na isti period prošle godine.

Ukupan uvoz iz zemalja EU iznosio je 9 milijardi KM i veći je za 36,14% ili oko 2,4 milijarde KM u odnosu na isti period prethodne godine.

Glavni trgovinski partner iz EU po obimu razmjene je Hrvatska. Obim razmjene sa Hrvatskom iznosio je 3,7 milijardi KM i veći je za 51,2% ili oko 1,3 milijarde KM nego u istom periodu 2021. godine, a pokrivenost uvoza izvozom je 54,5%.

Na tržište Hrvatske izvezeno je robe u vrijednosti od 1,3 milijarde KM, od čega najviše:

Tarifa	Naziv tarife	Vrijednost (KM)
2716	Električna energija	210.780.118
7314	Tkanine (uključujući beskrajne vrpce), rešetke, mreže i ograde	109.348.807
6115	Hula-hop čarape, uključujući i one bez stopala	61.625.908
4407	Drvo obrađeno po dužini piljenjem ili glodanjem	47.777.216
9401	Sjedala (osim onih iz tarifnog broja 9402)	44.541.352

Sa tržišta Hrvatske uvezli smo robe u vrijednosti od 2,4 milijarde KM, od čega najviše:

Tarifa	Naziv tarife	Vrijednost (KM)
2710	Naftna ulja i ulja dobivena od bitumenskih minerala	846.427.452
1701	Šećer od šećerne trske ili šećerne repe i hemijski čista saharoza	59.385.031
6115	Hula-hop čarape, uključujući i one bez stopala	49.752.827
7408	Bakarna žica	43.533.685
1806	Čokolada i ostali prehrambeni proizvodi koji sadrže kakao	40.010.182

CEFTA 2006 - drugi najznačajniji partner BiH

Obim spoljnotrgovinske razmjene sa zemljama potpisnicama CEFTA sporazuma za šest mjeseci 2022. godine iznosi oko 4 milijarde KM i veći je za 47,2% ili oko 1,3 milijarde KM u odnosu na isti period prošle godine.

Nakon EU BiH najviše izvozi roba u zemlje potpisnice CEFTA sporazuma. Od ukupnog izvoza, 19% se izvozi na tržišta CEFTA-e. U šest mjeseci tekuće godine ukupan izvoz iz BiH na ovo tržište iznosio je oko 1,8 milijardi KM i veći je za 61,23% ili oko 670 miliona KM u odnosu na prošlu godinu. Najveće povećanje je ostvareno na tržište Srbije, preko 75% u odnosu na prošlu godinu, zatim na tržišta Crne Gore i Sjeverne Makedonije.

Od ukupnog uvoza u BiH, 15,8% je sa CEFTA regiona. U posmatranom periodu uvoz je iznosio 2,2 milijarde KM i veći

je za 37,62% ili oko 600 miliona KM u odnosu na prošlu godinu. BiH ostvaruje suficit sa svim zemljama CEFTA-e osim Srbije i Sjeverne Makedonije.

Srbija je najznačajniji partner po obimu razmjene. Obim razmjene sa Srbijom iznosio je oko 3,3 milijarde KM i veći je za 52,4% ili oko 1,1 milijardu KM u odnosu na isti period prošle godine. Za prvih šest mjeseci na tržište Srbije smo izvezli 1,3 milijarde KM, što je više za 75,5% ili oko 560 miliona KM.

Uvoz iz Srbije je iznosio oko 2 milijarde KM i veći je za 40,43% ili oko 575 miliona KM.

Pokrivenost uvoza izvozom iznosi 64,6%.

U Srbiju se najviše izvozilo (u KM):

2716	Električna energija	307.144.220
2704	Koks i polukoks od kamenog uglja, mrkog uglja ili treseta	246.689.861
7213	Toplo valjana žica od željeza ili nelegiranog čelika	84.647.049
4407	Drvo obrađeno po dužini piljenjem ili glodanjem	55.099.714
7308	Konstrukcije (osim montažnih zgrada iz tarifnog broja 9)	51.739.615

Iz Srbije se najviše uvezlo (u KM):

2710	Naftna ulja i ulja dobivena od bitumenskih minerala	322.038.847
7208	Toplo valjani plosnati proizvodi od željeza ili nelegiranog čelika	64.376.508
1005	Kukuruz	40.751.555
7213	Toplo valjana žica od željeza ili nelegiranog čelika	37.876.796
1905	Hljeb, peciva, kolači, keksi i ostali pekarski proizvodi	37.750.301

EFTA i ostala tržišta

Obim spoljnotrgovinske razmjene BiH sa potpisnicama EFTA sporazuma za šest mjeseci 2022. godine iznosio je oko 855 miliona KM i veći je za 244% ili oko 505 miliona KM u odnosu na isti period prošle godine.

Od ukupnog izvoza BiH, 2,4% izvoza ide na tržište zemlje EFTA sporazuma, a od ukupnog uvoza u BiH sa tržišta EFTA-e dolazi 4,5% uvoza.

BiH je na tržište EFTA-e izvezla robe u vrijednosti od 224 miliona KM i ukupan izvoz je povećan za 40,14% ili oko 64 miliona KM u odnosu na isti period prethodne godine.

Uvoz iz EFTA-e je povećan za 232,2% i iznosio je oko 630 miliona KM i veći je za 440 miliona KM nego u istom periodu prošle godine.

Najznačajniji partner zemalja EFTA-e je Švajcarska sa kojom se gotovo i obavlja sva spoljnotrgovinska razmjena. Obim razmjene sa Švajcarskom za šest mjeseci 2022. godine iznosi oko 807 miliona KM i veći je za 253% ili oko 490 miliona KM nego prošle godine. Izvoz je iznosio oko 188 miliona KM i veći je za 34,19% ili 50 miliona KM nego prošle godine. Uvoz je iznosio oko 619 miliona KM i veći je za 247,45% ili oko 440 miliona KM nego u istom periodu prošle godine.

Od ukupnog izvoza BiH na ostala tržišta izvoz učestvuje sa 5,9%, a u ukupnom uvozu sa ostalih tržišta u BiH uvoz učestvuje sa 15,3%. Obim robne razmjene BiH sa ostalim

tržištima za šest mjeseci 2022. godine iznosi oko 2,7 milijardi KM i veći je za 42,% ili 800 miliona KM u odnosu na prošlu godinu.

BiH je na ostala tržišta za šest mjeseci 2022. godine izvezla robe u vrijednosti od oko 600 miliona KM, što je više za 9,86% ili oko 50 miliona KM nego u istom periodu prošle godine.

Uvoz je iznosio oko 2,1 milijarde KM i veći je za 51,74% ili oko 730 miliona KM nego u istom periodu prethodne godine.

Od ostalih tržišta najveći obim razmjene ostvarujemo sa Turskom i Kinom.

Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene sa Turskom iznosio je 920 miliona KM i veći je za 41,1% ili 265 miliona KM nego u istom periodu lani. Uvoz iz Turske iznosio je 750 miliona KM i veći je za 53,75% ili oko 260 miliona KM u odnosu na isti period prošle godine. Izvoz je iznosio oko 170 miliona KM i veći je za 2,45% ili oko 4 miliona KM nego lani za isti period.

Ukupan obim spoljnotrgovinske razmjene sa Kinom za šest mjeseci 2022. godine iznosio je oko 405 miliona KM i veći je za 66,7% ili oko 162 miliona KM nego u istom periodu 2021. Uvoz iz Kine iznosi 380 miliona KM i veći je za 66,78% ili oko 150 miliona KM. Izvoz iznosi oko 25 miliona KM i veći je za 59,17% ili oko 10 miliona KM.



AKTUELNE KRIZE

Sama kriza izazvana pandemijom, lockdownom i pucanjem nabavnih lanaca snabdijevanja u 2020. bila bi dovoljna, no ona je samo početak. Prošle 2021. godine kreće oporavak, ali i rast cijena energenata, hrane i svih sirovina, da bi rat u Ukrajini i ograničenja u snabdijevanju energentima i svim sirovinama dodatno pogoršali postojeće strukturne probleme i prouzrokovali inflaciju. Evropska centralna banka razmišlja i uvodi mjere u borbi s inflacijom. Jedna od tih mjera je rast kamatnih stopa, ali je to uvijek crveni alarm, jer će dovesti do pada investicija, potrošnje, a samim tim i do pada BDP-a. Evropska centralna banka je već podigla referentnu kamatnu stopu za 0,25 poena, Amerika za 0,75. Naše banke su već počele slati klijentima nove otplatne planove sa većim kamatnim stopama.

Evropu čeka teško razdoblje (čak se predviđa i stagflacija, odnosno inflacija i usporavanje ekonomskog rasta) i znatno niži ekonomski rast od planiranog, što ne isključuje mogućnost ulaska u recesiju, jer nekoliko povezanih kriza prijete recesiji. To su energetska kriza, inflacija, nestašica hrane i klimatske promjene. Sve to se odražava na zemlje zapadnog

Balkana iz više razloga. Prvi je velika trgovinska razmjena zemalja zapadnog Balkana sa tržištem Evropske unije pa će se usporeni ekonomski rast Unije preliti na njihov sporiji izvoz na to tržište. Drugi bitan razlog je veliki odliv radne snage u zemlje EU. Treći razlog recesije može dovesti do smanjenja priliva deviznih doznaka i time pogoršati platne bilanse zemalja zapadnog Balkana.

Kada gledamo statističke podatke zemalja zapadnog Balkana primjećujemo veliko povećanje robno-novčane razmjene sa inostranstvom (moguće povećanje vrijednosti zbog povećanja cijena na opštem nivou, opšti rast cijena u svijetu, zatim povećanje cijene nafte). Tu trebamo biti oprezni jer se poređenje vrši sa istim periodom prošle godine, koja je bila pogođena krizom uzrokovanom koronavirusom. Mogućnost nerealnog omjera mogla bi biti povećane cijene, a količinski omjer isti ili čak manji. Bitan segment nerealnog omjera je kupovina viškova zbog najave nestašice.

Za BiH dodatni problem predstavlja politička nestabilnost koja je direktno povezana i sa smanjenjem stranih investicija.

Spoljnotrgovinska razmjena po sektorima

	I-VI 2021.		I-VI 2022.		u KM	
	uvoz	izvoz	uvoz	izvoz	porast u %	
					uvoz	izvoz
Agroindustrijski sektor	1.542.192.907	398.886.045	2.012.714.274	487.973.802	30,51	22,33
Mineralna goriva (ugalj, koks, plin, nafta) i električna energija	1.036.783.508	535.488.314	2.159.212.547	1.037.290.268	108,26	93,71
Hemijski i farmaceutski proizvodi, đubriva, plastika, kaučuk, guma...	1.688.928.962	772.697.054	2.136.697.660	1.048.217.799	26,51	35,66
Kamen, kreč, cement, beton, keramika i proizvodi	248.199.109	117.243.561	347.748.039	159.163.289	40,11	35,75
Koža, krzno, tekstil i proizvodi	941.880.843	739.566.531	1.168.266.157	896.380.468	24,04	21,20
Drvo, papir i namještaj	531.137.733	1.210.957.975	739.377.366	1.601.578.432	39,21	32,26
Rude, metali i proizvodi	1.421.346.226	1.390.402.000	2.527.289.202	2.263.959.395	77,81	62,83
Mašine, aparati, mehanički uređaji, kotlovi, vozila, oružje	2.250.901.508	1.402.104.924	2.683.766.744	1.677.989.062	19,23	19,68
Ostali razni proizvodi	122.624.692	98.043.319	159.211.183	103.574.025	29,84	5,64
UKUPNO	9.783.995.488	6.665.389.723	13.934.283.173	9.276.126.541	42,42	39,17

METALSKI SEKTOR - IZVOZ

Metalski sektor u ukupnom izvozu učestvuje sa 41,5%, a u ukupnom uvozu sa 35,9%. Ostvaren je deficit od 1,2 milijarde KM i veći je za 50,7% ili oko 404 miliona KM u odnosu na isti period prošle godine.

Iz BiH je u prvom polugodištu izvezeno proizvoda metalskog sektora u vrijednosti od 3,9 milijardi KM, što je više za 1,1 milijardu KM ili 42% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine.

Naziv tarife	IZVOZ 2021.	IZVOZ 2022.	≤KM	%
Gvožđe i čelik	429.404.770	430.468.258	1.063.488	0
Proizvodi od gvožđa i čelika	458.563.916	680.237.654	221.673.738	48
Bakar i proizvodi od bakra	63.866.908	85.849.019	21.982.112	34
Nikl i proizvodi od nikla	4.776	261	-4.515	-95
Aluminij i proizvodi od aluminija	298.226.548	890.962.175	592.735.628	199
Olovo i proizvodi od olova	802.476	964.956	162.480	20
Cink i proizvodi od cinka	25.987.771	33.709.877	7.722.106	30
Kalaj i proizvodi od kalaja	29.044	139.450	110.406	380
Ostali obični metali; kermeti proizvodi od njih	108.846	344.041	235.195	216
Alati, kožarski proizvodi, kašike i viljuške	17.441.145	19.496.477	2.055.332	12
Razni proizvodi od prostih metala	27.350.896	43.890.028	16.539.132	60
Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine i mehanički uređaji, njihovi dijelovi	512.691.088	613.799.102	101.108.014	20
Električne mašine i oprema i njihovi dijelovi	536.826.238	655.310.837	118.484.599	22
Šinska vozila i njihovi dijelovi	9.262.349	8.360.151	-902.198	-10
Vozila, dijelovi	204.246.072	255.086.772	50.840.700	25
Vazduhoplovi, kosmičke letilice	782.946	1.412.312	629.365	80
Brodovi, čamci i plovne konstrukcije	643.723	499.276	-144.447	-22
Oružje i municija	111.896.623	102.567.209	-9.329.415	-8
Eksplozivi	19.209.483	25.360.399	6.150.916	32
Total	2.717.345.618	3.848.458.254	1.131.112.636	42

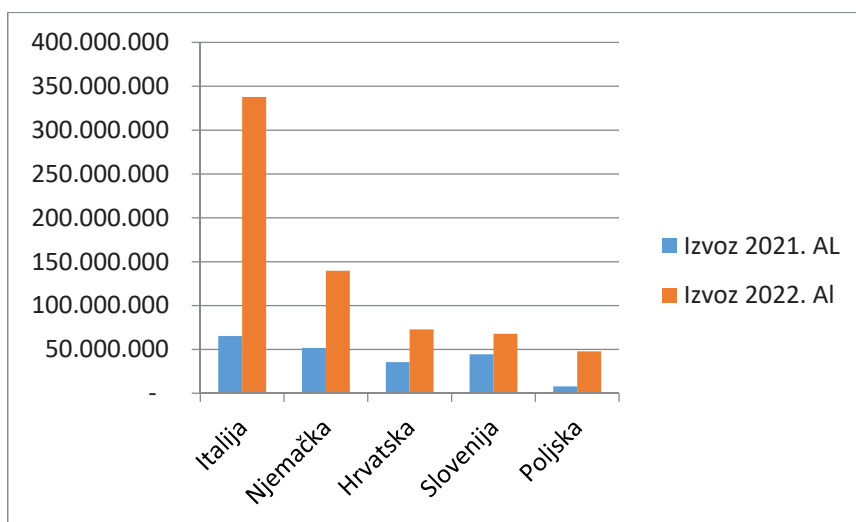
Aluminij i njegovi proizvodi

Ovom povećanju je u najvećoj mjeri doprinijelo povećanje izvoza aluminija i njegovih dijelova, dijelova od željeza i čelika te izvoz elektroindustrije.

Aluminija i proizvoda od aluminija je izvezeno u ukupnoj vrijednosti od 891 milion KM, što je u odnosu na prvo polugodište više za 592,7 miliona KM ili 199%.

Izvoz aluminija i dijelova je najviše porastao u Italiju, i to za oko 273 miliona KM ili 417%, tako da je Italija top izvozno tržište aluminija i njegovih dijelova, a ukupno izvezena vrijednost u Italiju u analiziranom periodu iznosi 338 miliona KM.

Nakon Italije, top izvozna tržišta su Njemačka (povećanje izvoza od 88 miliona KM ili 170%), Hrvatska, Slovenija i Poljska.



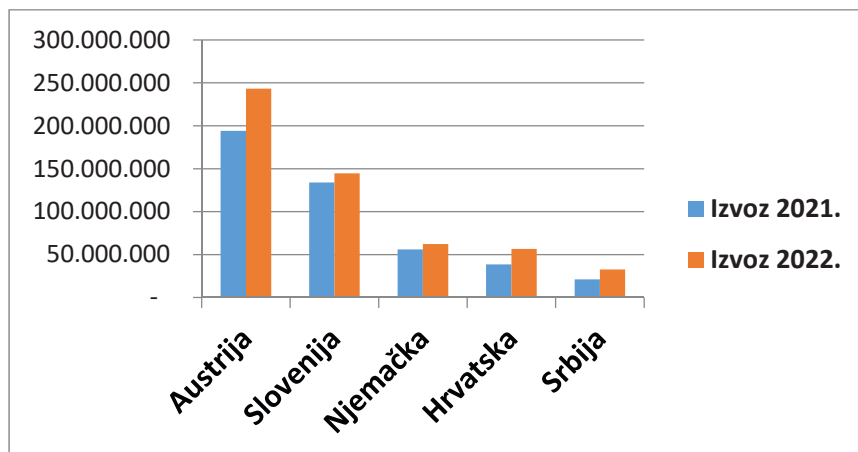
ALUMINIJ	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	KM≤	%
Italija	65.310.322	337.837.489	272.527.168	417
Njemačka	51.633.494	139.668.596	88.035.102	170
Hrvatska	35.539.376	72.796.122	37.256.746	105
Slovenija	44.440.797	67.857.599	23.416.803	53
Poljska	7.852.527	47.805.487	39.952.961	509

Elektroindustrija

Elektroindustrija je ostvarila ukupan izvoz u vrijednosti od 1,3 milijarde KM, što je povećanje od oko 220 miliona KM ili 21% u odnosu na prvo polugodište prethodne godine.

Top izvozna tržišta su zemlje EU (Austrija, Slovenija, Njemačka, Hrvatska) i Srbija.

Vrijednosno je najviše povećan izvoz elektroindustrije (električnih mašina i dijelova) u Austriju, zatim Hrvatsku i Srbiju.



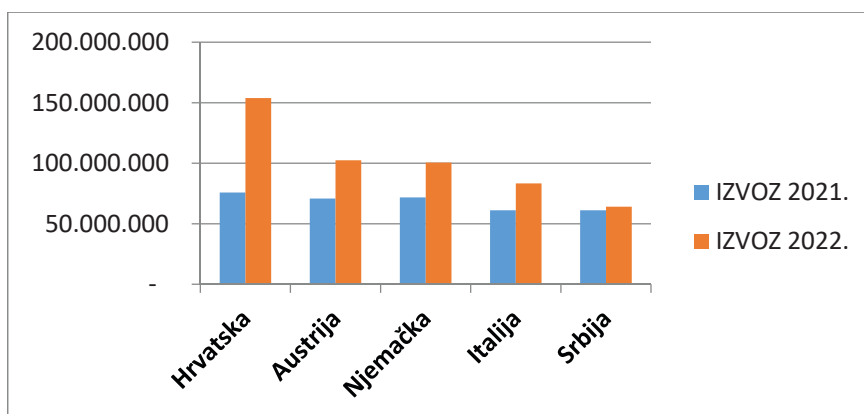
ELEKTROINDUSTRIJA	Izvoz 2021.	Izvoz 2020.	KM	%
Nuklearni reaktori, kotlovi, mašine i meh. uređaji i njihovi dijelovi	512.691.088	613.799.102	101.108.014	20
Električne mašine i oprema i njihovi dijelovi	536.826.238	655.310.837	118.484.599	22
Total:	1.049.517.326	1.269.109.939	219.592.613	21

ELEKTROINDUSTRIJA	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	Promjene	%
Austrija	194.205.071	243.169.418	48.964.346	25
Slovenija	134.025.919	144.545.249	10.519.330	8
Njemačka	56.037.765	62.327.281	6.289.516	11
Hrvatska	38.663.628	56.597.842	17.934.214	46
Srbija	21.114.356	32.783.774	11.669.418	55

Željezo i čelik

Kada je riječ o proizvodima od željeza i čelika, izvezeno ih je u vrijednost od oko 680 miliona KM, što je više za oko 222 miliona KM ili 48% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine.

Evidentno je povećanje izvoza, i to vrijednosno najviše u Hrvatsku (za 78 miliona KM ili 103%), zatim u Austriju, Njemačku i Italiju.



ŽELJEZO I ČELIK	IZVOZ 2021.	IZVOZ 2022.	Δ	%
Hrvatska	75.815.090	153.831.622	78.016.532	103
Austrija	70.901.823	102.474.070	31.572.247	45
Njemačka	71.778.732	100.522.328	28.743.596	40
Italija	61.135.508	83.421.160	22.285.652	36
Srbija	61.135.508	64.051.602	2.916.094	5

METALSKI SEKTOR - UVOZ

Uvezeno je proizvoda metalske industrije u ukupnoj vrijednosti od preko 5 milijardi KM, što je više za 1,5 milijardi ili 42% u odnosu na prvo polugodište 2021. godine. Ovom povećanju uvoza su uglavnom doprinijeli povećan uvoz aluminijskih i dijelova, željeza i čelika i elektroindustrija.

Naziv tarife	UVOZ 2021.	UVOZ 2022.	≤	%
Gvožđe i čelik	413.372.256	679.378.061	266.005.805	64
Proizvodi od gvožđa i čelika	306.909.727	394.333.185	87.423.458	28
Bakar i proizvodi od bakra	194.091.475	250.321.822	56.230.347	29
Nikl i proizvodi od nikla	943.964	984.872	40.909	4
Aluminij i proizvodi od aluminija	265.540.830	886.360.948	620.820.118	234
Olovo i proizvodi od olova	3.374.004	5.269.385	1.895.381	56
Cink i proizvodi od cinka	25.292.242	36.610.184	11.317.942	45
Kalaj i proizvodi od kalaja	19.733.841	32.180.246	12.446.404	63
Ostali obični metali; kermeti proizvodi od njih	2.117.214	8.144.504	6.027.291	285
Alati, kožarski proizvodi, kašike i viljuške,	53.014.458	59.352.879	6.338.421	12
Razni proizvodi od prostih metala	103.993.945	125.174.369	21.180.424	20
Nuklearni reaktori, kotlovi	797.373.439	983.066.364	185.692.924	23
Električne mašine i oprema	613.936.241	759.413.303	145.477.062	24
Šinska vozila i njihovi dijelovi	7.573.172	6.456.566	-1.116.606	-15
Vozila, dijelovi	673.927.951	749.348.324	75.420.373	11
Vazduhoplovi, kosmičke letilice	13.914.836	708.502	-13.206.335	-95
Brodovi, čamci i plovne konstrukcije	413.869	958.154	544.285	132
Oružje i municija	6.451.699	7.871.924	1.420.225	22
Eksplziv	11.345.840	14.435.576	3.089.736	27
Total	3.513.321.001	5.000.369.166	1.487.048.165	42

Aluminij i njegovi proizvodi

U prvom polugodištu tekuće godine uvezeno je aluminija i proizvoda od aluminija u vrijednosti od oko 886 miliona KM, što je više za 680 miliona KM ili 234%. Najveći dio aluminija i proizvoda od aluminija je uvezen iz Švajcarske - uvezena je vrijednost od 497 miliona KM, što je povećanje od oko 424 miliona KM ili 580%.

Povećan je uvoz i sa ostalih najznačajnijih uvoznih tržišta.

	Uvoz 2021.	Uvoz 2022.	KM ≤	%
Švajcarska	73.110.657	496.888.044	423.777.387	580
Turska	20.143.511	56.454.445	36.310.933	180
UAE	10.634.867	46.227.591	35.592.724	335
Hrvatska	18.456.153	40.550.785	22.094.632	120
Slovenija	22.636.745	32.319.061	9.682.315	43

Željezo i čelik

U prvom polugodištu je uvezeno željeza i čelika u vrijednosti od oko 679 miliona KM, što je više za 266 miliona KM ili 64% u odnosu na isti period prethodne godine.

Vrijednosno je najviše željeza i čelika uvezeno iz Srbije (155 miliona KM, što je povećanje uvoza za oko 70 miliona KM ili 88%), zatim iz Italije (nije više top uvozno tržište).

	Uvoz 2021.	Uvoz 2022.	KM ≤	%
Srbija	82.379.411	154.637.928	72.258.517	88
Italija	130.512.381	147.594.736	17.082.354	13
Turska	14.314.790	67.893.041	53.578.251	374
Slovenija	34.828.010	56.958.276	22.130.266	64
Kina	15.768.250	48.086.010	32.317.760	205



AGROINDUSTRIJSKI I PREHRAMBENI SEKTOR

Agroindustrijski i prehrambeni sektor u ukupnom izvozu učestvuju sa 5,3%, a u ukupnom izvozu sa 14,4%. Ostvaren je deficit od 1,5 milijardi KM i veći je za 36,4% ili oko 400 miliona KM u odnosu na isti period prošle godine.

U prvom polugodištu tekuće godine je izvezeno prehrambenih i agroproizvoda u ukupnoj vrijednosti od oko 488 miliona KM, što predstavlja povećanje izvoza za oko 89 miliona KM ili 22%.

U izvozu vrijednosno najviše učestvuju masnoće i ulja biljnog i životinjskog porijekla, prerađevine od mesa, proizvodi na bazi žitarica, pića, alkohol i sirće, mlijeko i mliječni proizvodi, voće za jelo.

Masti i ulja je izvezeno u ukupnoj vrijednosti od oko 70 miliona KM, što je više za 29 miliona KM ili 72% u odnosu na prvo polugodište prethodne godine, od toga većinu izvoza, tačnije vrijednost od 55 miliona KM čini izvoz ulja dobivenog od suncokreta, šafranike, kojeg smo najviše izvezli u Austriju (22 miliona KM), Sloveniju (11,5 miliona KM), Hrvatsku (6,1 milion KM), Filipine (4,9 miliona KM) i Njemačku (3,9 miliona KM).

Prerađevine od mesa smo izvezli u ukupnoj vrijednosti od oko 54 miliona KM, što predstavlja povećanje izvoza od 1,9 miliona KM ili 4% u odnosu na isti period prethodne godine. Većinu ovog izvoza čini izvoz ostalih pripremljenih i konzerviranih proizvoda od mesa (38 miliona KM), a top izvozna tržišta su Kosovo, Sjeverna Makedonija, Srbija, Hrvatska i Crna Gora. Konzervirane ribe je izvezeno u vrijednosti od



7,2 miliona KM, najviše u zemlje CEFTA-e.

Mlijeka i mliječnih proizvoda je izvezeno u vrijednosti od oko 53 miliona KM, što je povećanje od oko 3 miliona KM ili 3%. I dalje je struktura izvoza loša, ako posmatramo vrijednost u KM. Izvozimo velike vrijednosti mlijeka, pavlake (31,7 miliona KM) i mlaćenice, kiselog mlijeka, pavlake i jogurta (9,6 miliona KM), gdje po kg/l izvezenog mlijeka zaradimo u prosjeku oko 1 KM. Mlijeko najviše izvozimo u Sjevernu Makedoniju, Srbiju i Crnu Goru.

	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	±	%
Žive životinje	1.552.404	2.529.618	977.214	63
Meso i drugi klaonički proizvodi	6.431.535	21.375.243	14.943.708	232
Ribe, ljuskari, mekušci	13.811.658	16.115.527	2.303.868	17
Mlijeko i proizvodi od mlijeka	49.698.817	52.785.234	3.086.417	6
Proizvodi životinjskog porijekla	199.942	123.227	-76.714	-38
Živo drveće i druge biljke	3.547.242	4.446.608	899.366	25
Povrće, korijenje i krtole za jelo	15.488.564	14.139.017	-1.349.547	-9
Voće za jelo; kore agruma ili dinja i lubenica	43.938.872	40.216.474	-3.722.398	-8
Kafa, čaj, mate čaj i začini	7.747.791	11.075.985	3.328.194	43
Žitarice	7.920.645	10.946.319	3.025.673	38
Proizvodi mlinske industrije; slad; škrob, inulin; gluten od pšenice	4.838.417	8.677.686	3.839.269	79
Uljano sjemenje i plodovi	5.080.116	10.483.325	5.403.208	106
Šelak; gume, smole	96.667	22.094	-74.572	-77
Biljni materijali za pletarstvo	36.958	18.217	-18.741	-51
Masnoće i ulja životinjskog i biljnog porijekla	40.625.685	69.884.926	29.259.241	72
Prerađevine od mesa, riba	52.100.314	54.096.771	1.996.457	4
Šećer i proizvodi od šećera	1.586.774	11.364.088	9.777.314	616
Kakao i proizvodi od kakaa	13.790.442	11.452.456	-2.337.986	-17
Proizvodi na bazi žitarica, brašna	42.805.305	51.952.254	9.146.949	21
Proizvodi od povrća, voća	9.449.717	10.460.238	1.010.520	11
Razni proizvodi za ishranu	27.588.792	18.083.666	-9.505.125	-34
Pića, alkoholi i sirće	33.360.695	41.792.599	8.431.904	25
Ostaci i otpaci prehrambene industrije	13.128.679	18.980.922	5.852.244	45
Duhan i proizvodi zamjene duhana	4.060.015	6.951.310	2.891.295	71
TOTAL:	398.886.045	487.973.802	89.087.757	22

	Uvoz 2021.	Uvoz 2022.	KM≤	%
Žive životinje	34.810.180	36.448.968	1.638.788	5
Meso i drugi klaonički proizvodi	137.015.113	182.907.818	45.892.705	33
Ribe, ljuskari, mekušci	19.752.882	29.809.552	10.056.670	51
Mlijeko i proizvodi od mlijeka	82.776.206	104.731.510	21.955.304	27
Proizvodi životinjskog porijekla	2.321.568	1.974.326	-347.242	-15
Živo drveće i druge biljke	12.777.775	15.725.595	2.947.819	23
Povrće, korijenje i krtole za jelo	57.574.515	70.261.109	12.686.595	22
Voće za jelo; kore agruma ili dinja i lubenica	109.071.190	116.260.223	7.189.033	7
Kafa, čaj, mate čaj i začini	45.022.497	72.283.852	27.261.355	61
Žitarice	80.986.055	153.878.285	72.892.230	90
Proizvodi mlinske industrije; slad; škrob, inulin, itd.	19.563.115	29.938.525	10.375.410	53
Uljano sjemenje i plodovi	32.715.028	66.477.594	33.762.566	103
Šelak; gume, smole	1.593.604	1.485.063	-108.541	-7
Biljni materijali za pletarstvo	157.457	141.368	-16.089	-10
Masnoće i ulja životinjskog i biljnog porijekla	84.689.241	113.659.227	28.969.986	34
Prerađevine od mesa, riba	54.967.339	66.611.246	11.643.907	21
Šećer i proizvodi od šećera	43.601.679	94.411.521	50.809.842	117
Kakao i proizvodi od kakaa	88.610.839	86.946.057	-1.664.782	-2
Proizvodi na bazi žitarica, brašna	115.823.858	135.952.108	20.128.250	17
Proizvodi od povrća, voća	44.148.552	55.599.646	11.451.094	26
Razni proizvodi za ishranu	167.576.023	189.320.128	21.744.105	13
Pića, alkoholi i sirće	165.929.532	208.675.166	42.745.635	26
Ostaci i otpaci prehrambene industrije	103.449.882	125.262.955	21.813.073	21
Duhan i proizvodi zamjene duhana	37.258.778	53.952.431	16.693.653	45
TOTAL:	1.542.192.907	2.012.714.274	470.521.368	31

U prvom polugodištu tekuće godine u BiH je uvezeno prehrambenih i agroproizvoda u ukupnoj vrijednosti od 2 milijarde KM, što je povećanje od 470,5 miliona KM ili 31% u odnosu na isti period prethodne godine.

Vrijednosno najviše uvozimo meso i druge klaoničke proizvode, razne proizvode za ishranu, ostatke hrane - hranu za životinje, proizvode na bazi žitarica i pića, alkohol i sirće.

Mesa i drugih klaoničkih proizvoda je uvezeno u ukupnoj vrijednosti od 183 miliona KM, što je povećanje za 46 miliona KM ili 33% u odnosu na prvo polugodište prethodne godine. Najviše uvozimo goveđe meso (113 miliona KM), a najviše iz Italije (41 milion KM), Nizozemska (31 milion KM) i Poljske (17 miliona KM).

Što se tiče ostataka hrane, uglavnom uvozimo hranu koja se koristi za prehranu životinja (79 miliona KM), najviše iz Srbije i Hrvatske, te uljane

pogačice (oko 40 miliona KM), najviše iz Slovenije.

Raznih proizvoda za ishranu je uvezeno u vrijednosti od 189 miliona KM, što je više za 22 miliona KM ili 13%. Uvezeno je ekstrakta, esencije i koncentri kafe i čaja u vrijednosti od 17,6 miliona KM, najviše iz Srbije i Poljske, umaka i preparata za umake u vrijednosti od 25,6 miliona KM, najviše iz Srbije i Hrvatske, supa u vrijednosti od 9,3 miliona KM, najviše iz Hrvatske i Srbije, sladoleda sa i bez dodatka kakaa 20,7 miliona KM, najviše iz Hrvatske

i Srbije. U ovu tarifnu glavu spadaju i prehrambeni proizvodi koji nisu spomenuti niti obuhvaćeni na drugom mjestu u vrijednosti od 109,9 miliona KM.

Razmjena vode i dalje rezultira deficitom. U prvom polugodištu tekuće godine je uvezeno vode u vrijednosti od 109,3 miliona KM, a izvezeno 24,6 miliona KM, što je rezultiralo deficitom od 84,6 miliona KM. Vodu najviše uvozimo iz Hrvatske, Slovenije, Mađarske i Srbije.

	Izvoz 2022.	Uvoz 2022
Vode, uključujući prirodne ili umjetne mineralne vode	3.014.693	13.978.434
Vode, uključujući mineralne vode i gazirane vode	21.579.323	95.368.049
Total:	24.594.016	109.346.483

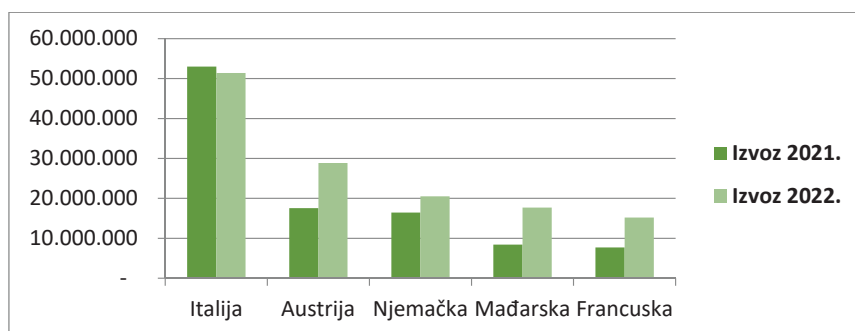
TEKSTIL, ODJEĆA, KOŽA, OBUĆA

Ovaj sektor u ukupnom izvozu učestvuje sa 9,7%, a u ukupnom uvozu sa 8,4%. Ostvaren je deficit u iznosu od 272 miliona KM i veći je za 34,7% ili 70 miliona KM u odnosu na isti period lani.

U prvom polugodištu tekuće godine je izvezeno proizvoda industrije tekstila, kože i obuće u ukupnoj vrijednosti od oko 896 miliona KM, što je više za oko 157 miliona KM ili 21%.

Vrijednosno najviše (47% ukupnog izvoza ove industrijske grane) čini izvoz obuće, kamašne. Istih je izvezeno u vrijednosti od 423 miliona KM, što je više za oko 83 miliona ili 24% u odnosu na prvo polugodište prošle godine. Uglavnom je to obuća sa vanjskim donovima od gume, plastične mase u izveznoj vrijednosti od oko 151 milion KM, najviše u Italiju.

	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	KM ≤	%
Sirova krupna i sitna koža sa dlakom ili bez	30.705.477	32.983.129	2.277.652	7
Proizvodi od kože, sedlarski i sarački	28.568.117	34.286.250	5.718.133	20
Prirodno i vještačko krzno, proizvodi od krzna	2.403.878	2.898.427	494.549	21
Svila	144.382	107.055	-37.327	-26
Vuna, fina ili gruba životinjska dlaka, predivo	1.089.580	1.068.143	-21.437	-2
Pamuk	8.207.909	7.869.331	-338.579	-4
Ostala biljna tekstilna vlakna; predivo od papira	4.439	87.443	83.004	1.870
Vještački ili sintetički filamenti	3.387.414	4.131.818	744.403	22
Vještačka ili sintetička vlakna, sječena	11.663.750	16.172.127	4.508.377	39
Vata, filc i netkani materijal	2.460.508	2.436.968	-23.540	-1
Tepisi i ostali podni pokrivači	854.961	3.653.295	2.798.334	327
Specijalne tkanine; taftovane tkanine; čipke	3.101.436	4.420.402	1.318.966	43
Tekstilne tkanine	5.454.608	6.166.976	712.368	13
Pleteni ili kukičani materijali	5.014.594	4.894.195	-120.399	-2
Odjeća i pribor za odjeću, pleteni	140.054.551	179.891.943	39.837.391	28
Odjeća i pribor za odjeću, osim pletenih kukičanih	137.045.455	151.889.293	14.843.838	11
Ostali gotovi proizvodi od tekstila; setovi	15.649.548	18.488.385	2.838.837	18
Obuća, kamašne i slični proizvodi	340.012.120	422.614.306	82.602.186	24
Šeširi, kape i ostale pokrivke za glavu	3.743.804	2.320.984	-1.422.820	-38
Total:	739.566.531	896.380.468	156.813.937	21



	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	Izvoz ≤ KM	%
Italija	53.021.781	51.402.119	- 1.619.663	-3
Austrija	17.552.122	28.871.454	11.319.332	64
Njemačka	16.446.536	20.530.140	4.083.604	25
Mađarska	8.430.716	17.708.039	9.277.323	110
Francuska	7.710.783	15.206.713	7.495.930	97

	Uvoz 2021.	Uvoz 2022.	KM ≤	%
Sirova krupna i sitna koža sa dlakom ili bez	124.126.500	148.179.897	24.053.398	19
Proizvodi od kože, sedlarski i sarački	30.406.400	40.838.409	10.432.008	34
Prirodno i vještačko krzno, proizvodi od krzna	804.051	856.749	52.699	7
Svila	70.316	234.164	163.847	233
Vuna, fina ili gruba životinjska dlaka	12.023.002	16.393.533	4.370.530	36
Pamuk	24.290.646	28.657.990	4.367.343	18
Ostala biljna tekstilna vlakna; predivo od papira	372.155	591.166	219.011	59
Vještački ili sintetički filamenti	50.857.584	63.748.048	12.890.464	25
Vještačka ili sintetička vlakna, sječena	38.162.398	49.476.057	11.313.659	30
Vata, filc i netkani materijal	43.397.089	51.062.256	7.665.167	18
Tepisi i ostali podni pokrivači	17.595.443	20.073.168	2.477.726	14
Specijalne tkanine; taftovane tkanine; čipke	25.036.607	29.003.520	3.966.913	16
Tekstilne tkanine	60.930.229	65.144.081	4.213.852	7
Pleteni ili kukičani materijali	56.328.928	72.200.178	15.871.251	28
Odjeća i pribor za odjeću, pleteni	153.267.826	200.740.671	47.472.845	31
Odjeća i pribor za odjeću, osim pletenih kukičanih	106.053.757	128.809.305	22.755.548	21
Ostali gotovi proizvodi od tekstila; setovi	40.032.576	50.288.417	10.255.841	26
Obuća, kamašne i slični proizvodi	154.511.560	197.856.068	43.344.508	28
Šeširi, kape i ostale pokrivke za glavu	3.613.775	4.112.478	498.703	14
Total:	941.880.843	1.168.266.157	226.385.314	24

U prvom polugodištu tekuće godine je uvezeno proizvoda tekstila, kože i obuće u ukupnoj vrijednosti od 1,2 milijarde KM, što predstavlja povećanje od oko 226 miliona KM ili 24%.

U uvozu vrijednosno prednjače odjeća i pribor za odjeću, obuća-kamašne i sirova koža.

Od odjeće i pribora za odjeću najviše uvozimo kostime, komplete, jakne, sa-

koe, haljine i suknje (u vrijednosti od 40 miliona KM) i to najviše iz Turske, Srbije i Njemačke.

Obuću-kamašne smo uvezli u vrijednosti od 198 miliona KM, što je više za oko 44 miliona KM ili 28% u odnosu na isti period prethodne godine. Najviše uvozimo obuću sa vanjskim donovima i gornjim dijelovima, najviše iz Srbije, Njemačke, Kine i Turske, zatim obuću

sa vanjskim donovima od gume u vrijednosti od oko 36 miliona KM, najviše iz Srbije, Italije i Njemačke.

Sirove kože je uvezeno u vrijednosti od oko 148 miliona KM, što predstavlja povećanje od 24 miliona KM ili 19%. Najveći dio ovog uvoza obuhvata uvoz govede kože i kože kopitara u vrijednosti od 107 miliona KM, koju smo najviše uvezli iz Austrije, Italije i Njemačke.



DRVNA INDUSTRIJA

Drveni sektor u ukupnom izvozu učestvuje sa 10%, a u ukupnom uvozu sa 2,1%. Ostvaren je suficit od 640 miliona KM i veći je za 16,4% ili 90 miliona KM u odnosu na isti period prošle 2021.

U prvih šest mjeseci u 2022. godini izvoz drvnog sektora je iznosio 926.285.518 KM ili 172 miliona KM, odnosno 23% više nego u istom periodu u 2021. godini, što je dobro kada se imaju u vidu sve poteškoće sa kojima su se privrednici suočavali. Najveći porast

izvoza ostvarili su proizvodi šumarstva, građevinska stolarija, rezana građa i elementi te ploče i furnir.

Namještaj je u ukupnom izvozu učestvovao sa 37% i iznosio je 344.692.791 KM ili 1% manje nego u istom periodu 2021. godine. Najviše su se izvozila drvena i tapecirana sjedala, namještaj za dnevne sobe i trpezarije, drveni namještaj za spavaće sobe te ostali drveni namještaj.

U prvih šest mjeseci 2022. godine 90% ukupnog izvoza drvne industrije realizovano je na top 20 izvoznih tržišta, među kojima su Njemačka, Hrvatska, Italija, Srbija, Slovenija, Austrija, Nizozemska i Francuska, kao najznačajniji izvozni partneri. Osim zemalja Evropske unije, izvezilo se u Kinu, Albaniju, Tursku, Švajcarsku, Veliku Britaniju, kao i zemlje zapadnog Balkana.

Grupa proizvoda	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	Izvoz ≤	Izvoz %
Proizvodi šumarstva	73.056.654	124.856.002	51.799.348	71
Rezana građa i elementi	195.163.945	261.650.360	66.486.415	34
Ploče i furnir	44.812.252	58.915.494	14.103.242	31
Parket i ostalo profilirano drvo	18.597.245	22.435.950	3.838.705	21
Građevinska stolarija	64.654.996	95.234.328	30.579.332	47
Namještaj od drveta	348.934.702	344.692.791	-4.241.911	-1
Montažne drvene kuće	9.403.638	18.500.593	9.096.955	97
Total:	754.623.432	926.285.518	171.662.086	23

Top izvozno tržište je Njemačka. U Njemačku je izvezeno proizvoda drvne industrije u vrijednosti od 208 miliona KM, što je više za 67 miliona KM ili 47%. Znatno je povećan i izvoz u Srbiju (za 63 miliona KM ili 200%).

	Izvoz 2021.	Izvoz 2022.	Izvoz ≤	Izvoz %
Njemačka	140.936.722	207.478.258	66.541.536	47
Hrvatska	111.132.960	128.476.686	17.343.726	16
Italija	24.092.581	96.713.149	72.620.568	301
Srbija	31.372.975	94.084.112	62.711.137	200

Grupa proizvoda	Uvoz 2021.	Uvoz 2022.	Uvoz ≤	Uvoz %
Proizvodi šumarstva	12.153.660	38.611.380	26.457.720	218
Rezana građa i elementi	38.071.439	52.369.368	14.297.929	38
Ploče i furnir	94.336.631	127.044.231	32.707.600	35
Parket i ostalo profilirano drvo	2.371.946	2.876.611	504.665	21
Građevinska stolarija	10.356.288	13.858.707	3.502.419	34
Namještaj od drveta	47.112.470	50.502.698	3.390.228	7
Montažne drvene kuće	92.021	1.204.856	1.112.835	1.209
Total:	204.494.455	286.467.851	81.973.396	40

U prvih šest mjeseci u 2022. godini ukupan uvoz drvnog sektora je iznosio 286.467.851 KM ili oko 82 miliona KM, odnosno 40% više nego u istom periodu u 2021. godini.

Sve grupe proizvoda ostvarile su porast uvoza u prvih šest mjeseci u 2022. godini, a najveći porast uvoza ostvarili su montažne drvene kuće, proizvodi šumarstva, rezana građa i građevinska stolarija te ploče i furnir.

Proizvodi drvnog sektora najviše su se uvozili iz Hrvatske, Srbije, Austrije, Poljske, Češke i Slovenije.

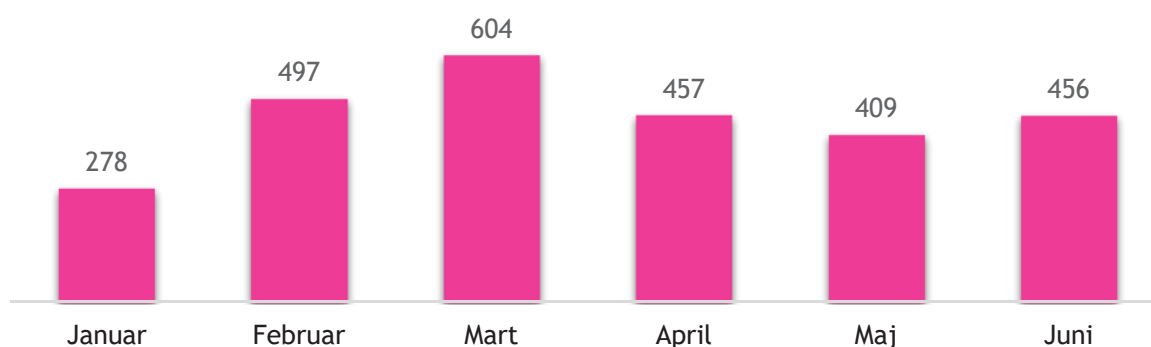
Pripremio:
Momčilo Komljenović

0 aktivnostima Komore 2.701 medijska objava u prvoj polovini 2022. godine

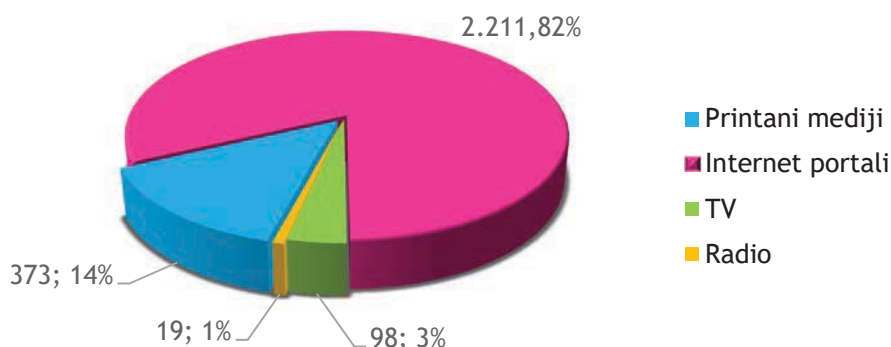
„Kliping BH“, agencija za praćenje i analizu medija, analizirala je medijske objave za period od 1. 1. do 30. 6. 2022. za ključnu riječ „Vanjskotrgovinska/Spoljnotrgovinska komora“.

U navedenom periodu registrovana je ukupno 2.701 objava iz štampanih i elektronskih medija te internet portala koje Agencija „Kliping BH“ ima na listi praćenja s prostora BiH, a koji su obuhvaćeni i ovom analizom.

Najviše objava zabilježeno je u martu (604 objave), a najmanje u januaru (278 objava). U prosjeku, Agencija „Kliping BH“ zabilježila je 450 objava mjesečno. Ispod se nalazi frekvencija objava za praćeni period.



U analiziranom periodu, najveći broj objava iz liste medija koje prati Agencija „Kliping BH“ evidentiran je na internet portalima gdje je pronađeno 2.211 objava ili 82% od ukupnog broja prikupljenih objava. U štampanim medijima registrovano je 373 relevantnih objava ili 14%, a u programu elektronskih medija zabilježeno je 117 priloga ili 4% (TV - 98 priloga, radijski program - 19 priloga).



Iz liste medija koje svakodnevno prati Agencija „Kliping BH“ uočene su i top teme koje su mediji najviše objavljivali u kontekstu aktivnosti, sadržaja i zanimanja Vanjskotrgovinske/Spoljnotrgovinske komore BiH u prvoj polovini 2022. godini.

Tema	Broj objava
Uvoz	1.152
Izvoz	1.112
Fabrika/tvornica/kompanija	819
Poljoprivreda	487



Agencija „Kliping BH“ već se 19 godina uspješno bavi pružanjem usluga praćenja i analize medija te istraživanja tržišta. Članica je regionalne grupacije press clipping agencija „Newton Media“ koja pokriva gotovo sve države srednje i jugoistočne Evrope. E-mail: kliping@kliping.ba Telefon: 033/956-378



Budućnost je počela!

Najsavremenija m:tel SMART rješenja za bolji kvalitet života

Kompanija m:tel je jedan od vodećih telekom operatera u BiH koji nudi širok portfolio usluga iz oblasti mobilne i fiksne telefonije, interneta, prenosa podataka i IP televizije, ali i Smart rješenja.

m:tel je jedan od prvih kreatora Smart rješenja na području Bosne i Hercegovine.

Poslovnim korisnicima i javnom sektoru m:tel omogućava vrhunske usluge po modelu „ključ u ruke“, a odnosi se na Smart infrastrukturu, softver, senzore, konektivnost, pohranjivanje podataka, sigurnost i održavanje.

Smart rješenja doprinose poboljšanju kvaliteta života građana u različitim segmentima, počevši od javnog gradskog prevoza do školstva i javnih ustanova. Ključna prednost se ogleda u tehnološkom, ekonomskom i društvenom poboljšanju života, kroz ostvarivanje finansijskih ušteda i drugih olakšica.

Kompanija m:tel godinama ulaže znatna finansijska sredstva u razvoj

Smart mreže za područje BiH i uspješno nastavlja ovaj trend. Poput najvećih evropskih i svjetskih telekom operatera, kompanija se opredijelila za primjenu tzv. LoRaWAN mreže (Low Power Long Range Wide Area Network) u BiH.

LoRaWAN mreža omogućava povezivanje i međusobnu komunikaciju velikog broja najrazličitijih uređaja i senzora i predstavlja osnovu za razvoj IoT (Internet of Things) ekosistema.

Jedna od značajnih inicijativa iz ovog segmenta je učešće u projektu „Banja Luka - grad budućnosti“ koji je realizovan pod pokroviteljstvom Razvojnog programa Ujedinjenih nacija (UNDP), Grada Banje Luke i Ministarstva za naučnotehnološki razvoj, visoko obrazovanje i informaciono društvo RS.

Ovim projektom Grad Banja Luka dobija efikasniju, jeftiniju javnu rasvjetu, kojom se upravlja na daljinu za dio mreže za koji je raspisala nabavku. Na ovaj način se ostvaruje ušteda električne

energije do 60 odsto jer se putem LoRA pametnih kontrolera određene sijalice mogu isključiti, a moguće je i umanjiti intenzitet svjetlosti, što ostavlja mogućnost da sredstva uštedena na ovaj način Grad alocira na neke druge projekte.

Takođe, u Gradišci je bitno unaprijeđeno vodosnabdijevanje kroz implementaciju pametnog sistema za daljinsko mjerenje potrošnje vode kod krajnjih korisnika u okviru saradnje sa KP Vodovod.

U kompaniji m:tel ističu da su strateški opredijeljeni za sistemsku primjenu Smart city infrastrukture koja će omogućiti daljinsko očitavanje potrošnje energenata i vode, razvijen sistem rasvjete i parkinga, detekciju i praćenje nivoa plina, mjerenje buke i slične sadržaje.

Pametni gradovi budućnosti uskoro će biti naša svakodnevnica upravo zahvaljujući implementaciji m:tel Smart city rješenja.

Siniša Sarić

#SingleMarket

SINGLE MARKET PROGRAMME

Jedinstveno tržište - kamen temeljac Evropske unije

PROGRAM JEDINSTVENOG TRŽIŠTA

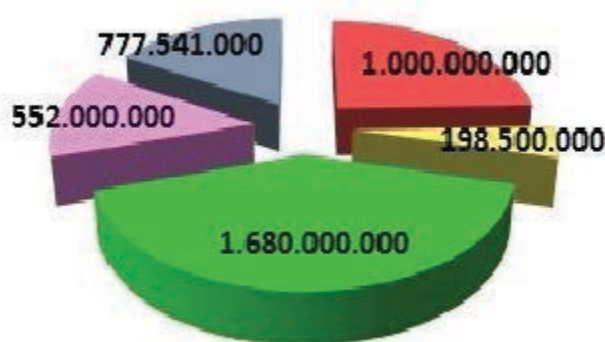
(The Single Market Programme - SMP)

Uredbom EU br. 2021/690 Evropskog parlamenta i Vijeća EU od 28. aprila 2021. uspostavljen je program za unutrašnje tržište, konkurentnost preduzeća (uključujući mala i srednja preduzeća), za područje bilja, životinja, hrane i hrane za životinje te za evropsku statistiku pod imenom Program jedinstvenog tržišta (The Single Market Programme - SMP).

To je prvi program za jačanje jedinstvenog tržišta EU kojim su objedinjeni razni programi i aktivnosti iz prethodnog perioda (2014-2020), kao što su bili: COSME, Evropski statistički program (ESP), programi posvećen izvještavanju i reviziji, jačanju učešća potrošača u donošenju politika EU na području finansijskih usluga i hrane, uključujući tu sigurnost hrane i hranu za životinje (Program za potrošače). Program jedinstvenog tržišta (u daljem tekstu: SMP), uz već navedeno, obuhvata nove inicijative za poboljšanje funkcionisanja unutrašnjeg, jedinstvog tržišta EU.

Ukupan budžet za SMP iznosi 4.208.041.000 EUR, strukturisan je u pet budžetskih linija (slika 1.) koje su određene stubovima (pillars) programa, a koji su opet kreirani u skladu s opštim i specifičnim ciljevima programa.

Od ukupnog budžeta 777.541.000 EUR je namijenjeno za unapređenje unutrašnjeg tržišta i standardizaciju (Stubovi 1. i 3.), 1.000.000.000 EUR za konkurentnost preduzeća (Stub 2.), 198.500.000 EUR za zaštitu potrošača (Stub 4.),



Slika 1.

Unapređenje funkcionisanja unutrašnjeg tržišta	Unapređenje unutrašnjeg tržišta STUB 1
	Standardizacija STUB 3
	Mala i srednja preduzeća (MSP) STUB 2
	Potrošači i krajnji korisnici STUB 4
	Hrana (prehrambeni lanac i sigurnost hrane) STUB 5
Visokokvalitetna statistika	Evropska statistika (pokriva sve EU politike) STUB 6

Slika 2.

1.680.000.000 EUR za zaštitu i sigurnost ljudi, bilja i životinja preko lanca ishrane (Stub 5.), a 552.000.000 EUR je namijenjeno za evropsku statistiku.

Ovim programom želi se ojačati upravljanje tržištem i povećati njegova vidljivost provođenjem ciljanih akcija u različitim područjima djelovanja koje obuhvata SMP (slika 2.).

Ciljevi SMP-a su: poboljšati upravljanje jedinstvenim tržištem i usklađenost sa njegovim pravilima, potaći konkurentnost preduzeća, naročito malih i srednjih, razviti visokokvalitetne evropske standarde, osigurati zaštitu potrošača, održati visok nivo sigurnosti hrane te proizvoditi i diseminirati statistiku visokog kvaliteta.

SMP se sastoji od 6 stubova:

STUB (pillar) 1. EFIKASNIJE UNUTRAŠNJE TRŽIŠTE EU

(557.041.000 EUR)

Učiniti unutrašnje tržište što efikasnijim podržavajući razvoj, implementaciju i primjenjivanje zakonodavstva EU koje pokriva robe i usluge.

Aktivnosti u okviru stuba:

- Učiniti unutrašnje tržište EU boljim i operativnijim za robe i usluge;
- Razvijati i implementirati alate za upravljanje unutrašnjim tržištem EU;
- Nadzor tržišta: sigurni i standardizovani proizvodi, jačanje kapaciteta tržišta i pojačana saradnja s nacionalnim nadležnim tijelima;
- Podrška razvoju carinskih i poreskih politika;
- Jačanje prava trgovačkih društava i jačanje ugovornog prava, sprečavanje pranja novca;
- Implementacija i razvoj unutrašnjeg tržišta EU za finansijske usluge;
- Jačanje politika tržišne konkurencije u doba digitalizacije u svrhu jače EU.

Primjer:

Single Digital Gateway - online administrativne usluge za građane i preduzeća;

Internal Market Information System - informacioni sistem unutarnjeg tržišta za razmjenu informacija između nadležnih tijela.

STUB (pillar) 2. KONKURENTNOST I ODRŽIVOST MSP-a

(1.000.000.000 EUR)

Maksimalno iskoristiti poslovne prilike u Evropi i šire.

Aktivnosti u okviru stuba:

- Podrška poslovnoj zajednici (biznisu), posebno malim i srednjim preduzećima;
- Olakšati pristup tržištima;
- Raditi na povoljnom poslovnom okruženju;
- Razvoj i rast preduzetništva;
- Konkurentnost i održivost preduzeća i svih sektora ekonomije (povezivanje ekosistema, klastera);
- Podsticanje preduzetničkog poslovnog okruženja i preduzetničke kulture, uključujući mentorstvo i programe mobilnosti.

Primjer:

Enterprise Europe Network (Evropska preduzetnička mreža) nudi integralni paket usluga malim i srednjim preduzećima kako inovirati i rasti internacionalno.

STUB (pillar) 3. OSIGURANJE EFIKASNOG FUNKCIONISANJA UNUTRAŠNJEG TRŽIŠTA EU KROZ STANDARIZACIJU

(220.500.000 EUR)

Uloga standardizacije u zaštiti zdravlja, sigurnosti proizvoda i usluga i zaštiti čovjekove okoline je ključna.



Aktivnosti u okviru stuba:

- Podrška aktivnostima standardizacije;
- Standardi na području finansijskog i nefinansijskog izvještavanja i revizije.

Primjer:

Finansijska podrška organizacijama koje razvijaju evropske standard kako bi se osiguralo da proizvodi i usluge zadovoljavaju dogovoreni nivo kvaliteta i sigurnosti. To podrazumijeva saradnju između Komisije i evropskih organizacija za standardizaciju preko zajedničkih inicijativa i akcijskih planova.

STUB (pillar) 4. PROMOCIJA INTERESA POTROŠAČA I OSIGURANJE VISOKE ZAŠTITE POTROŠAČA I SIGURNOSTI PROIZVODA

(198.000.000 EUR)

Učiniti da su proizvodi na tržištu sigurni i da potrošači poznaju pravila. Pomoći nacionalnim nadležnim tijelima da zajednički rade i efikasno komuniciraju.

Aktivnosti u okviru stuba:

- Program za potrošače i nova Ponuda za potrošače (Consumer Programme and new Deal for consumers);
- Povećati uključenost potrošača i drugih krajnjih korisnika u kreiranje politika Evropske unije na području finansijskih usluga.

Primjer:

Safety Gate for dangerous products - Platforma za opasne proizvode;

European Consumer Centres - Centri u kojima građani mogu riješiti probleme u ovoj oblasti, npr. prilikom kupovine putem interneta;

Consumer Protection Cooperation network - Mreža saradnje u svrhu zaštite potrošača u borbi protiv nezakonitih praksi na nivou EU (npr. obmanjujuće reklamne kampanje).

STUB (pillar) 5. VISOKI NIVO ZDRAVLJA LJUDI, BILJA I ŽIVOTINJA U PREHRAMBENOM LANCU

(1.680.000.000 EUR)

Strategije na područjima zakonodavstva o hrani, zdravlju životinja te pravila za dobrobit i zdravlje bilja.

Aktivnosti u okviru stuba:

- Spriječiti, kontrolisati i iskorijeniti bolesti životinja i bilja te njihovih štetoina;
- Podržati održivu proizvodnju i potrošnju hrane;
- Poboľšati efikasnost i pouzdanost službenih kontrola;
- Podrška aktivnosti na poboljšanju dobrobiti životinja.

Primjer:

Health and Digital Executive Agency - Agencija EU za zdravlje i digitalizaciju;

Finansiranje hitnih mjera;

Trening za nadležna tijela na području hrane i hrane za životinje, zdravlja i dobrobiti životinja te na području zdravlja bilja.

STUB (pillar) 6. STATISTIKA

(552.000.000 EUR)

Produkcija i objava visokokvalitetnih statističkih evropskih podataka.

Aktivnosti u okviru stuba:

- Osigurati finansijska sredstva nacionalnim statistikama za proizvodnju i diseminaciju visokokvalitetnih statističkih podataka za praćenje ekonomskih, socijalno-društvenih, okolišnih i teritorijalnih kretanja;
- Osigurati donošenje na dokazima utemeljenih odluka EU i mjerenje efikasnosti EU inicijativa.

Primjer:

EUROSTAT - Evropska agencija za statistiku;

Jačanje partnerstva između EUROSTAT-a, nadležnih tijela (autoriteta) EU za statistiku i nacionalnih statističkih institucija koristeći više izvora podataka, napredne metode analize podataka, pametnih (smart) sistema i digitalnih tehnologija.

Poslovna zajednica unutar Bosne i Hercegovine, kao i organizacije koje daju podršku razvoju preduzetništva, pokazali su najveći interes u proceduri pridruživanja Programu jedinstvenog tržišta, koja je u toku, i to za STUB 2.- SME (konkurentnost i održivost malih i srednjih preduzeća - bivši COSME). Specifični ciljevi SME stuba unutar SMP-a su kreirani u svrhu jačanja inovativnosti, konkurentnosti i održivosti MSP-a:

1. Pružanje različitih oblika podrške MSP-ovima, klasterima, poslovnim mrežama, uključujući sektor turizma, podsticanje rasta, scale-up-a i kreativnosti MSP-a;
2. Lakši pristup inostranim tržištima (uključujući internacionalizaciju);
3. Preduzetništvo i sticanje preduzetničkih vještina;

4. Povoljno poslovno okruženje za MSP, podrška u digitalnoj transformaciji MSP-a, nove poslovne prilike za MSP, između ostalih, za ona preduzeća koja spadaju u područje socijalne ekonomije i ona koja imaju inovativne poslovne modele;
5. Konkurentnost industrijskih ekosistema i sektora, razvoj industrijskih lanaca vrijednosti (na primjer: turizam, tekstilna industrija, građevinarstvo, socijalna ekonomija i lokalizacija globalnih lanaca vrijednosti);
6. Modernizacija industrije, za zelenu, digitalnu, otpornu i održivu privredu.

U odnosu na bivši COSME program, STUB 2. SMP-a donosi, između ostalog, kontinuitet Evropske preduzetničke mreže, programa ERASMUS za mlade preduzetnike i IPR SME helpdesks za pomoć MSP-ovima te podršku sektoru turizma...

Noviteti su Joint Cluster - inicijativa za klasterne, novi daci na održivosti MSP-a za Evropsku preduzetničku mrežu, ekosistemi...

Treba napomenuti da finansijski instrumenti za podršku MSP-ovima koji su postojali u okviru COSME programa nisu više dio SMP-a, nego su sada dio sveobuhvatnog fonda za finansijsku podršku programa EU - InvestEU.

Amir Hujčić



VANJSKOTRGOVINSKA KOMORA BOSNE I HERCEGOVINE
СПОЉНОТРГОВИНСКА КОМОРА БОСНЕ И ХЕРЦЕГОВИНЕ

INSTITUT ZA EDUKACIJU



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

- razvija i promovira poduzetništvo;
- organizira i realizira konferencije i susrete;
- povezuje ideje, novac i znanje;
- razvija, promovira i izvodi programe poduzetničkog i menadžerskog osposobljavanja (seminari, radionice, okrugli stolovi, konferencije, stručni skupovi, in-house edukacija, licencirana osposobljavanja prema vežećim nacionalnim i međunarodnim akreditacijama, projekti itd.)

Cijene u maloprodajnoj industriji u 2022.: strategije, trendovi i savjeti



Promjenjivi obrasci kupovine utječu na način na koji potrošači kupuju maloprodajne proizvode; manje stvari mogu imati veći utjecaj na krajnji rezultat vašeg poslovanja u narednoj godini nego vaše strategije maloprodajnih cijena za 2022.

Recimo, u posljednjih 18 do 24 mjeseca sve više i više prodaje je napravljeno putem interneta zbog promjenjivih tržišnih sila koje je stvorio COVID-19. Možda ste potencijalno vidjeli da je vaš postotak prodaje proizvoda za besplatnu dostavu porastao sa 10% vašeg ukupnog obima prodaje na čak 50%. Kupci ne posjećuju vaše trgovine, ali kupuju online i iskorištavaju vašu atraktivnu ponudu besplatne dostave. Sada dodatni troškovi utječu na vašu profitnu maržu i čini vam se da je vrijeme da budete proaktivni i podignete cijene kako biste pokrili troškove besplatne dostave. Neuspješnim reagiranjem na brze promjene u maloprodajnoj industriji koje su trenutno u igri raste rizik od ostavljanja profita na kasama.

U ovom članku istražujemo kako da vaša kompanija ostane na vrhu u 2022. godini, trendove maloprodajnih cijena za tekuću godinu i izoštravamo ono što radite implementacijom najboljih strategija maloprodajnih cijena za 2022. godinu.

Proces strateškog planiranja cijena maloprodajne industrije

Strategija određivanja cijena u bilo kojem maloprodajnom poslu bit će u suštini izdanak vaše ukupne poslovne strategije. Bilo da vaše poslovanje usvoji

„strategiju za svakodnevne niske cijene“ (EDLP - everyday low pricing) nalik, npr., Lidlu ili „strategiju visoko niskih maloprodajnih cijena“ (privremena sniženja) koju koristi, npr., Konzum, velike su šanse da ta strategija odražava vaš odabrani poslovni model i ono u čemu je vaša organizacija dobra. Strategije se također mogu razlikovati prema lokaciji, online ili uobičajenim radnjama, koncentriranim u ruralnim područjima ili smještenim u središnjim poslovnim dijelovima velikih gradova.

Ono što je najvažnije za uspjeh ukupne poslovne strategije vaše maloprodajne kompanije (a samim tim i strategije cijena) u 2022. je:

- A) imati jednu strategiju;
- B) slobodno govoriti o tome koja je strategija unutar vaše organizacije;
- C) imati uspostavljenu kulturu kompanije koja omogućava rukovodiocima, menadžerima, kupcima, prodajnim timovima, trgovinama i kupcima da mogu jasno artikulirati za šta se vaša maloprodajna kompanija zalaže. Ako je to svima jasno, bez obzira da li je to otvoreno zacrtano kao strategija ili ne, imate ukupnu poslovnu strategiju. Odatle će se vaša strategija određivanja cijena prirodno razvijati;
- D) držati se oružja svog osnovnog poslovanja i strategije određivanja cijena.

Kao što smo vidjeli u periodu 2020-21. godine, dok ostajete vjerni izgledima svoje kompanije i vaša poslovna strategija će biti od ključnog značaja. Također, od suštinskog je značaja da

vaša strategija određivanja cijena treba da postane fokusiranija, fleksibilnija, proaktivnija i agilnija nego ikad.

Vrijedi zapamtiti da za cijene ne važi „postavi i zaboravi“. Cijene su entitet koji se razvija, živi i diše i morat će se stalno preispitivati i osmišljavati, budući da stopa promjena i neizvjesnosti ne namjerava usporiti u skorije vrijeme.

Važne metrike cijena maloprodajne industrije koje treba pratiti u 2022.

Kao i uvijek, postoji niz metrika cijena koje treba pratiti kako biste bili učinkoviti u određivanju vaših cijena u 2022. One uglavnom ostaju nepromijenjene, a to su:

- **Putovanje se računa** - koliko puta bilo koji kupac posjeti vašu prodavnicu i obavi kupovinu na licu mjesta ili putem interneta, tj. online
- **Prosječne veličine korpe** - koliko se vaših proizvoda kupi po posjeti trgovine (online ili na licu mjesta)
- **Online prodaja** u odnosu na prodaju u prodavnicama
- **Prodaja u uporedivim prodavnicama** - kako se vaš broj prodaje poredi u sličnim prodavnicama koje imate u okruženju ili regionu ili koje su slične veličine, kao i karakteristike prodavnice ili upoređivanje prodaje u određenim prodavnicama koje se prati u različitom vremenskom okviru (npr. kako se prodaja u određenoj prodavnici u decembru 2020. upoređuje sa brojem prodaje iste prodavnice u decembaru 2021. godine?)
- **Kontrole zaliha**

- **Jedinični volumen, prosječna cijena, bruto marža, prihod** - brojevi povećani ili smanjeni u odnosu na prethodnu godinu, radnja od radnje (ukoliko imate više poslovnih jedinica u okviru vaše kompanija), pri čemu su sva mjerenja jednako važna
- **Besplatni troškovi dostave**
- **Plaćeni troškovi dostave**

Iako je sve gore navedeno važno, obratite posebnu pažnju na one metrike koje su se mijenjale tokom vremena i počinjete ih prepoznavati kao trend. Na primjer, ovisno o prirodi vašeg maloprodajnog poslovanja, besplatna dostava se može smatrati rastućim trendom koji može utjecati na vaše cijene za 2022.

Kao što su mnoga preduzeća izvjestila u posljednjih 12 do 18 mjeseci, povećani broj e-trgovine i rastući troškovi besplatne dostave izjedaju profit. Mnoge kompanije su prijavile potrebu za podizanjem cijena ili smanjenjem popusta na proizvode koji podliježu besplatnoj dostavi.

Isto tako, ako predviđate da nećete moći redovno nabaviti određenu stavku na vašoj listi proizvoda 2022. godine, možda biste trebali razmisliti o odbijanju popusta na taj proizvod. Primjena „cijene zasnovane na vrijednosti“ na one proizvode koji su podložni pustošenju uskih grla u lancu snabdijevanja može biti nešto što treba razmotriti za vaše poslovanje, posebno ukoliko postoji mogućnost da ponuda neće zadovoljiti potražnju.

Četiri faktora koja treba izbjegavati prilikom kreiranja strategije maloprodajnih cijena za 2022.

Naravno, još jedan važan element u kreiranju strategije cijena je znati šta treba izbjegavati. Sljedeća četiri faktora će se pobrinuti da sastavite strategiju koja može izdržati gotovo svaku krizu.

1. Stagnacija strategije cijena: Kompanije koje ne budu u toku sa svojom politikom cijena rizikuju da propuste prodaju. Kao što je već spomenuto, ne očekuje se usporavanje stope promjena u maloprodajnoj industriji u skorije vrijeme. Doslovno, ako se vaša strategija određivanja cijena odgodi, rizikujete da će vaše poslovanje izgubiti.

2. Ciljevi prihoda ne donose profit: Firme ne žive od prihoda, one žive od

profita. Dok su najveće brojke o prihodima velike, profiti i poticaji zasnovani na profitu neophodni su za stvaranje održive firme. Kompanije će možda morati da kreiraju podsticaje zasnovane na profitu za osoblje, a ne na prihodima.

3. Izbjegavajte pretjerano pojednostavljene marže: Kompanije često imaju plan za sve proizvode koji postižu određenu i pojednostavljenu visoku cifru marže. Imati visoku sveobuhvatnu maržu kao što je 60% ili više može izgledati kao obećavajuća ideja. Međutim, može doći do rizika da maloprodajna preduzeća podcijene neke proizvode, ostavljajući novac na stolu, ili precijene druge da uopće izostave prodaju. Softver za određivanje cijena može omogućiti preduzećima da shvate vrijednost svojih proizvoda u odnosu na druge, a zatim cijene prema toj vrijednosti.

4. Ne tako dobri kupci jednaki su ne tako dobrim cijenama: Samo zato što je određena osoba ili preduzeće potencijalni kupac za vas, nemojte se osjećati primorani da im služite. Nisu svi koji bi mogli koristiti vaše proizvode voljni platiti za njih. Fokusirajte se na pružanje usluga kupcima koji su spremni da plate za vaše proizvode i da vam plaćaju ono što znate da vrijedi.

Četiri trenda strategije maloprodajnih cijena koje treba pratiti u 2022.

Naravno, svako najbolje planiranje i metrike mogu vas odvesti predaleko ako ne gledate preko horizonta u potencijalne trendove koji mogu utjecati na vaše poslovanje na duge staze.

1. Radna snaga i troškovi rada za povećanje cijena: Trgovci na malo širom svijeta se bore da pronađu kvalitetne radnike koje će zaposliti u svoje prodavnice, skladišta ili im dati da voze službena auta i kamione. Cijene bi se mogle povećati kod mnogih trgovaca u 2022. kako bi se nadoknadilo povećanje koje se bude stvorilo povećanjem plate neophodne za privlačenje radnika.

2. One-stop shopovi s više proizvoda na samostalnim lokacijama kako bi se nastavio njihov bum u toku epidemije ili pandemije: Za očekivati bi bilo da će prodavnice koje na jednom mjestu



imaju više proizvoda (prodavnice u kojim možete odjednom obaviti potpunu kupovinu, uključujući prehranu, higijenu i eventualno kućne potrepštine, posuđe, namještaj, odjeću...) nastaviti koristiti svoje cijene kao polugu za pokretanje neviđenog rasta profita.

3. Tržni centri koji će se vratiti 2022.: Ovo može ovisiti o tome kako će se pandemija odvijati. Ukoliko se obrasci potrošačke kupovine promijene i kupci ponovo pohrle u trgovačke centre zanemarene 2020-21, očekujte da će trgovci preispitati cijene zasnovane na vrijednosti umjesto sniženja.

4. Praćenje konkurenata kao karakteristika 2022.: Usklađivanje, nadmašivanje ili određivanje cijena iznad konkurencije i dalje će biti dio većine maloprodajnih poslovnih strategija (vaše kretanje cijena ovisi o vašem maloprodajnom poslovnom modelu, lokacijama trgovina, vrstama proizvoda itd.). S obzirom na očekivane inflatorne uvjete u 2022. godini, kao opće pravilo, cijene u maloprodaji širom svijeta će rasti kako se budu smanjivali popusti, rabati i promocije.

Implementacija vaše strategije maloprodajnih cijena za 2022.

Sada kada ste vidjeli rezultate našeg pogleda na cijene za tekuću godinu, bez sumnje se pitate kako najbolje iskoristiti navedene metrike podataka da biste optimizirali svoje cijene u 2022. godini.

Možemo vam reći da će pri korištenju alata za analizu podataka kao što je softver za određivanje cijena za analizu i optimizaciju vašeg postavljanja cijena u 2022. godini bit ključno da ostanete okretni, fokusirani i poboljšate maloprodajne mogućnosti.

Nejira Močević



Stavljanje na tržište opreme pod pritiskom

Oprema pod pritiskom je zbog svojih specifičnosti, naročito opasnosti za ljude, domaće životinje, materijalna dobra i okolinu, izuzetno osjetljivo i zahtjevno područje.

Oprema pod pritiskom se može staviti na tržište i u upotrebu samo ako ispunjava uslove propisane Naredbom o opremi pod pritiskom („Službeni glasnik BiH“, broj 52/11).

Naredbom o opremi pod pritiskom u zakonodavstvo Bosne i Hercegovine je preuzeta Direktiva 97/23/EC o opremi pod pritiskom. Ova naredba je stupila na snagu 6. jula 2011. godine, a počela je da se primjenjuje od 6. jula 2013. godine. Naredba o opremi pod pritiskom propisuje zahtjeve za konstruisanje, proizvodnju i ocjenjivanje usklađenosti opreme pod pritiskom i sklopova sa najvećim dozvoljenim pritiskom PS većim od 0,5 bara. Oprema pod pritiskom podrazumijeva posude, cjevovode, sigurnosne uređaje i pomoćne uređaje pod pritiskom.

Ova naredba obuhvata veliki broj proizvoda, tj. opreme kao što su veliki akumulatori pritiska, posude pod pritiskom za skladištenje, izmjenjivači toplote, parni kotlovi, industrijski cjevovodi, sigurnosni uređaji, pomoćna oprema pod pritiskom, posude za kuvanje pod pritiskom, aparati za gašenje požara, zatvorene ekspanzione posude i sl. Takva oprema je veoma široko upotrijebljena u procesnoj industriji, proizvodnji energije, industriju rashladnih uređaja, ali se koristi i u domaćinstvima i svakodnevnom životu.

Sama Naredba ne sadrži više tehničkih detalja za proizvodnju opreme pod pritiskom, već je ograničena na osnovne sigurnosne zahtjeve koje proizvođač mora da ispuni. Naredba o opremi pod pritiskom takođe propisuje i zahtjeve za stavljanje na tržište i u upotrebu opreme koja je u skladu sa zahtjevima Naredbe. Pretpostavlja se da je oprema pod pritiskom koja nosi znak usklađenosti i ima izjavu o usklađenosti usklađena sa svim odredbama ove naredbe. Isto tako, pretpostavlja se da oprema pod pritiskom koja je u skladu sa bosanskohercegovač-

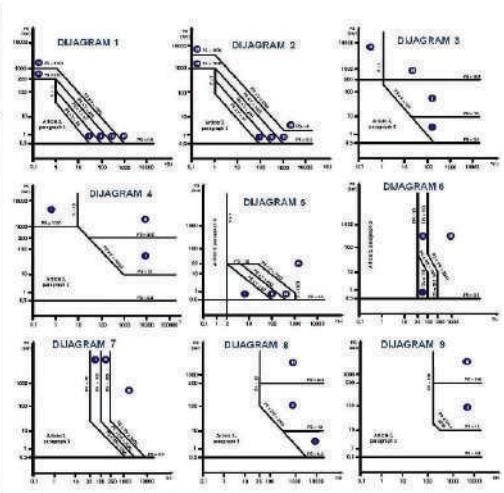
kim standardom (BAS standard) kojim se preuzima harmonizovani evropski standard ispunjava bitne zahtjeve postavljene Naredbom. Potrebno je naglasiti da upotreba tehničkih specifikacija iz standarda nije obavezna i da svaki proizvođač može da izabere sopstveno tehničko rješenje, ako je uvjeren da je izabrano rješenje u skladu sa osnovnim sigurnosnim zahtjevima Naredbe. Ipak, zbog zakonske i tehničke pouzdanosti uvijek je najjednostavnije upotrijebiti postojeće harmonizovane standarde. Odgovornost koja proizlazi iz stavljanja na tržište i u upotrebu opreme pod pritiskom snosi proizvođač ili njegov ovlaštenu zastupnik, odnosno uvoznik opreme.

Oprema pod pritiskom je razvrstana, s obzirom na stepen rizika, u kategorije od I (najmanji rizik) do IV. Kategorija opreme se određuje na osnovu vrste opreme (posude, zagrijavana oprema, cijevi), grupe fluida (opasni, tj. eksplozivni, zapaljivi, toksični, oksidirajući fluidi i ostali fluidi) i fizičkih osobina (pritisak, zapremina, proizvod pritiska i zapremine), pri čemu se za pojedine

TIP OPREME	POSUDE POMOĆNI UREĐAJI POD PRITISKOM (PS I V)				ZAGRIJAVANA OPREMA POD PRITISKOM	CJEVOVODI POMOĆNI UREĐAJI POD PRITISKOM (PS I DN)			
FLUID	GAS		TEČNOST		PARA ILI VRELA VODA	GAS		TEČNOST	
GRUPA FLUIDA	1	2	1	2		1	2	1	2
DIJAGRAM	1	2	3	4	5	6	7	8	9
KATEGORIJA	SEP	SEP	SEP	SEP	SEP	SEP	SEP	SEP	SEP
	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	II	II	II	II	II	II	II	II	II
	III	III	III		III	III	III	III	
	IV	IV			IV				

Generalno: u kategoriju IV Uređaji proizvedeni za tačno određenu opremu, u istu kategoriju kao i oprema koju štite.

Svaki dio opreme pod pritiskom koji čini sklop, prema svojoj vlastitoj kategoriji Uvezanost dijelova: prema najvećoj kategoriji opreme, ne uzimajući u obzir sigurnosne uređaje Zaštita sklopa: najvišu kategoriju opreme koju treba zaštititi



KATEGORIJA I	KATEGORIJA II		
MODUL A	DA LI POSTOJI SISTEM UPRAVLJANJA KVALITETOM		
	NE	DA	
		KOLIČINA PROIZVEDENE OPREME U PERIODU OD JEDNE GODINE	
		MALA	VELIKA
		DA LI SISTEM KVALITETA OBEZBJEDUJE UZORKOVANJE PROIZVODNJE RADI POTVRDE KVALITETA	
		NE	DA
	MODUL A1	MODUL E1	MODUL D1

KATEGORIJA III				
DA LI POSTOJI SISTEM UPRAVLJANJA KVALITETOM				
NE		DA		
DA LI SE OPREMA MOŽE KLASIFIKOVATI U TIPOVE ODNOSNO DA LI POSTOJE VIŠESTRUKI NARUĐBE ISTOG PROJEKTA		DA LI SISTEM KVALITETA UPUĆUJE NA KONTROLU PROJEKTA		
		NE		DA
		DA LI SE OPREMA MOŽE KLASIFIKOVATI U TIPOVE		
		NE	DA	
MODUL B1+F	MODUL B+C1	MODUL B1+D	MODUL B+E	MODUL H

KATEGORIJA IV			
DA LI POSTOJI SISTEM UPRAVLJANJA KVALITETOM			
NE		DA	
DA LI SE OPREMA MOŽE KLASIFIKOVATI U TIPOVE ODNOSNO DA LI POSTOJE VIŠESTRUKI NARUĐBE ISTOG PROJEKTA		DA LI SE OPREMA MOŽE KLASIFIKOVATI U TIPOVE	
		NE	DA
NE	DA		
MODUL G	MODUL B+F	MODUL H1	MODUL B+D

Kategorizacije opreme pod pritiskom

kombinacije navedenih parametara kategorija opreme očitava iz jednog od devet dijagrama datih u Naredbi. Oprema koja je rangirana ispod kategorije I svrstava se u posebnu kategoriju i sa njom se postupa po „dobroj inženjerskoj praksi“. Na ovu opremu se ne stavlja znak usklađenosti.

Prije stavljanja na tržište i u upotrebu svaki dio opreme pod pritiskom mora se podvrgnuti postupku ocjenjivanja usklađenosti. Ocjenjivanje usklađenosti vrši se po modulima, pri čemu je Naredbom propisano koji modul ili kombinacija modula može da se primjeni za prethodno određenu kategoriju predmetne opreme pod pritiskom. Modulima su detaljno opisane i nabrojane procedure po kojima se izdaje certifikat o usklađenosti i popisana dokumentacija koja mora biti na raspolaganju tijelu za ocjenjivanje usklađenosti te je određeno na koji se način i u kojem obimu ta dokumentacija mora čuvati.

Usklađenost opreme pod pritiskom sa zahtjevima Naredbe ocjenjuje i potvrđuje imenovano tijelo za ocjenjivanje usklađenosti. Pri tome se načelno razlikuju tijela za ocjenjivanje usklađenosti

materijala koji se koriste u proizvodnji opreme pod pritiskom i tijela za ocjenjivanje usklađenosti projektovanja, proizvodnih postupaka i samih proizvoda. Objе vrste tijela za ocjenjivanje usklađenosti moraju ispuniti uslove propisane u Aneksu IV Naredbe koji se odnose na odgovornosti i osposobljenost osoblja te potrebnu opremljenost. Kad pojedine grupacije korisnika opreme pod pritiskom imaju interes one mogu osnovati korisnički inspektorat i povjeriti mu ocjenjivanje usklađenosti. To tijelo mora ispuniti slične zahtjeve kao i tijelo za ocjenjivanje usklađenosti ali su mu ovlaštenja ograničena samo na opremu koja se koristiti unutar grupacije kojoj korisnički inspektorat pripada i koji, za razliku od tijela za ocjenjivanje usklađenosti, ne smije na opremu postaviti znak usklađenosti.

Tijela za ocjenjivanje usklađenosti i korisnički inspektorati ne moraju nužno imati svu potrebnu opremu i osoblje za provođenje ocjenjivanja usklađenosti prema modulu ili modulima za koje su ovlaštena. U takvim slučajevima ona moraju sklopiti sporazume o saradnji sa tzv. priznatim nezavisnim organizacijama koje imaju potrebnu opremu i kva-

lifkovano osoblje. Ovo se, prije svega, odnosi na poslove nerastavljivog spajanja i ispitivanja bez razaranja. Tijela za ocjenjivanje usklađenosti, korisničke inspektorate i priznate nezavisne organizacije imenuje Ministarstvo spoljne trgovine i ekonomskih odnosa Bosne i Hercegovine.

Kada oprema pod pritiskom ispunjava zahtjeve Naredbe na nju se može postaviti znak usklađenosti C ili CE (do pristupanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji koristiće se znak usklađenosti C). Znak usklađenosti na opremu stavlja tijelo za ocjenjivanje usklađenosti ili proizvođač kada tijelo za ocjenjivanje usklađenosti ustanovi da predmetna oprema ispunjava zahtjeve Naredbe i za to proizvođaču da dopuštenje. Proizvođač o tome izdaje odgovarajuću izjavu o usklađenosti.

Mladen Batković, stručni savjetnik Agencija za nadzor nad tržištem BiH (mladen.batkovic@annt.gov.ba)

Incoterms[®]

2020 by the International Chamber of Commerce (ICC)

Pravila MTK za korištenje termina u unutrašnjoj i međunarodnoj trgovini

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



INCOTERMS 2020

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

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

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

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

CIJENA: 35 KM

Narudžbe na e-mail: nijaza.avdic@kolorabih.ba
Dodatne informacije na 033 566 165

Više informacija i obrazac narudžbenice dostupno na
www.kolorabih.ba/incoterms2020

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



ICC VODIČ ZA IZVOZ/UVOZ

AKCIJSKA PONUDA DO ISTEKA ZALIHA

CIJENA 20 KM

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

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 (profili) koje povećavaju izvozni kapacitet malih i srednjih preduzeća iz Bosne i Hercegovine.

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

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

Partneri BITNET konzorcija u Federaciji Bosne i Hercegovine



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



BIT Centar
BUSINESS INNOVATION
AND TECHNOLOGY



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>



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



REDOVI VOZNJE ANALIZA TRŽIŠTA FIATA ŠKOLA ISTRŽIVANJE POSLOVNE MISIJE PODACI
EDUKACIJA DOKUMENTA ZA IZVOZ SAJMOVI B2B SUSRETI
ZASTUPANJE INTERESA REGISTRI BAZE
BH PRIVREDE POSLOVNE INFORMACIJE
ZASTITA DOMACE PROIZVODNJE PRAWNA POMOĆ
ZASTITA DOMACE PROIZVODNJE PRAWNA POMOĆ
ZASTUPANJE INTERESA REGISTRI BAZE
BH PRIVREDE POSLOVNE INFORMACIJE
ZASTITA DOMACE PROIZVODNJE PRAWNA POMOĆ
ZASTITA DOMACE PROIZVODNJE PRAWNA POMOĆ
ZASTUPANJE INTERESA REGISTRI BAZE
BH PRIVREDE POSLOVNE INFORMACIJE

KONFERENCIJE STRUČNI SKUPPOVI STRUKOVNA UDRUŽENJA
POTVRDE STRUČNI SKUPPOVI PODACI O VANJSKOTRGOVINSKOJ RAZMJENI TIR KARNET PROMOCIJA CERTIFIKATI PODRŠKA IZVOZNICIMA
EEN MREŽA ATA KARNET ARBITRAŽNI SUD JAVNA OVLAŠTENJA
EEN MREŽA ATA KARNET ARBITRAŽNI SUD JAVNA OVLAŠTENJA
EEN MREŽA ATA KARNET ARBITRAŽNI SUD JAVNA OVLAŠTENJA
EEN MREŽA ATA KARNET ARBITRAŽNI SUD JAVNA OVLAŠTENJA

www.komorabih.ba